

# EXCLUSIEF

208

**DOSSIERS:  
BRENG BUITEN BINNEN,  
BADKAMERS & HAARDEN**

**COVERSTORY:  
THE GRAPE 1870**



wolfin  
EYEWEAR





## Belgische brillencollectie met een inspirerende boodschap.

EEN KRACHTIG VERHAAL VOOR IEDEREEN  
[WWW.WOLFIN-EYEWEAR.BE](http://WWW.WOLFIN-EYEWEAR.BE)



# MOOD!T

it's yours

**MOOD!T** is hét textielmerk voor jou. Voor jong en minder jong, maar altijd fris van geest. Kiezen gaat vlot en dankzij het kleurrijke palet en de toegankelijke prijs kan je je huishoudlinnen makkelijk vernieuwen of uitbreiden. Want het is **jouw interieur, jouw smaak, jouw keuze!**

Ontdek naast ons mooie bed- en badlinnen nu ook onze **fleece poncho** in 12 trendy kleuren! Een ideaal **kerstcadeau** dat de hele familie zal verwarmen! RRP €39,95

[www.moodithome.be](http://www.moodithome.be)





*Atelier*  
**NOTERMAN**

EST.  1946

WALK TO HAPPINESS





TAKE JOY IN THE SUBLIME

[WWW.LEBEAU-COURALLY.COM](http://WWW.LEBEAU-COURALLY.COM)



LEBEAU-COURALLY

# Verwacht meer lift.



Waarom de huisliften van Verolift de kroon spannen? Omdat we voor elke lift zorgvuldig onze tijd nemen. Van standaardmodel tot exclusief ontwerp op maat: technische perfectie is onze signatuur. Onze liften worden geplaatst voor het leven en zijn ongeëvenaard op vlak van ergonomie, geruisloosheid, duurzaamheid en veiligheid. Maar dit is niet alles.

We nemen ook uitgebreid onze tijd voor u, wat uw behoefte ook is. Een unieke inclusieve oplossing, een geavanceerd ontwerp, een geraffineerde afwerking of een panoramisch uitzicht. Wij maken het waar, met oog voor detail. Zelfs uw meest vooruitstrevende architect bezorgen wij een creatieve verademing.

Kom onze liften ervaren. De koffie staat klaar.

Francis Verrone



**VEROLIFT**  
experience the difference



[www.verolift.be](http://www.verolift.be)





## De Juwelier aan Portus Ganda



Geen juweel capteert en reflecteert het licht vuriger dan een solitaire met diamant. Met zijn ongeëvenaarde zuiverheid heb je een iconische blikvanger aan de hand.

De Hoge Raad voor Diamant heeft Juwelier Vanhoutteghem uitgeroepen tot Point of Trust in België. De overtuigende keuze voor Vanhoutteghem als ambassadeur kwam er vanwege de reputatie als 'Huis van Vertrouwen'

+32 9 225 50 45

[www.vanhoutteghem.com](http://www.vanhoutteghem.com)



**VANHOUTTEGHEM**  
TIME & JEWELRY

GHENT

MARCO BICEGO

OMEGA

BREITLING  
1884

MESSIKA  
PARIS



ZENITH

VICENZA  
FOPE  
DAL 1929

HERMÈS  
PARIS

BAUME & MERCIER  
MAISON D'ORFÈVRES GENEVE 1830



Zoekt u een uniek en tijdloos juweel, neem gerust vrijblijvend contact.



Carine.vercauteren@hotmail.be  
Tel. 0495.53.58.00 • www.odee.be



Detremmerie

- |    |   |     |  |     |  |
|----|---|-----|--|-----|--|
| 12 | Exclusieve wijnen The Grape 1870          | 62  | Dossier breng buiten binnen én haarden | 128 | Lebeau-Courally<br>Belgische top ondernemers |
| 18 | Uitzonderlijk wijndomein Angelus          | 68  | Veranco                                | 134 | Verolift maatwerk                            |
| 19 | Moois uit Spanje                          | 76  | Sundaze by Aluvision                   | 140 | Meubelen Ter Schoote                         |
| 20 | Dossier badkamers                         | 82  | Sliding glass schuifbare glaspanelen   | 146 | Charrell Home Interiors                      |
| 26 | Je droombadkamer met Detremmerie          | 88  | Bodart & Gonay fires                   | 152 | B-Diamond juwelen                            |
| 32 | Stijlvolle oplossingen met Alke           | 94  | Yourfire                               | 158 | De Bruyloft                                  |
| 38 | Verbouwen met Villeroy & Boch             | 100 | Pillows Mauritz in the park hotel      | 164 | David Gotlib manchetknopen                   |
| 44 | antoniolupi luxe badkamers                | 106 | Maison Bogaert interieur               | 170 | Zimbabwe safari's                            |
| 50 | Mood!t nieuwe collecties                  | 112 | De Broeck Van Laere & Partners Law     | 176 | Moerman Slaapcomfort                         |
| 53 | De Witte Lietaer begrip in huishoudlinnen | 122 | Lengers Yachts                         |     |  |

**JAARGANG 42, HERFST 2022, NUMMER 208**

Uitgeverij AMG p/a Event&Expo - Atomveldstraat 8 bus 6 9450 Haaltert

**WEB:** [www.exclusief.be](http://www.exclusief.be) | **FREQUENTIE:** 4 times | **REDACTIE:** Wim Van der Haegen, Jan Hoffman, Dominique Sergant, Hilde Pauwels, Jeremy Blommaert, Mirte Spaey | **FOTOGRAAF:** Fotech - Francis Vermeulen **VERANTWOORDELIJKE UITGEVER:** Erik De Ridder, Uitgeverij AMG p/a Event&Expo | **ART SUPERVISOR:** Bert Wagemans **ART ACCOUNT:** Dirk Vermeulen | **SALES:** Erik De Ridder - Ine Vanbesien tel.: 0472 90 06 17, e-mail: [iv@exclusief.be](mailto:iv@exclusief.be) | **TRAFFIC:** Hilde De Ridder – e-mail: [hilde@hdr.be](mailto:hilde@hdr.be) | **COPYRIGHT:** Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, vermenigvuldigd of gekopieerd zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever. | **ABONNEMENT:** Verzendingskosten (50 euro/jaar) te bestellen via Hilde De Ridder – e-mail: [hilde@hdr.be](mailto:hilde@hdr.be)



The Grape 1870

EXQUISE WIJNEN  
BIJ THE GRAPE 1870  
**“EEN GOEDE TERROIR  
MAAKT HET VERSCHIL”**





Foto's © Wauw.be

Wijnhandel De Brabandere en The Grape 1870 zijn toonaangevend. Ze doen soms op elkaar een beroep en bieden hun stock samen aan op het platform [www.bottleadvice.com](http://www.bottleadvice.com)

Het samengaan van gepassioneerde wijnkenners die thuis zijn in de allerbeste wijndomeinen, levert een fantastische collectie wijnen en veel expertise op. Hun ambitie is om zeer kwalitatieve wijnhuizen te vertegenwoordigen en die aan de klanten aan te bieden.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: THE GRAPE 1870

Carl Gheysen is de bezieler van The Grape 1870. Zijn passie voor wijn begon bij wijnen Catherine Péré-Vergé die zowel in Frankrijk als Argentinië wijngaarden had. Château Le Gay en Château La Violette waren twee topwijnen in haar portefeuille, gelegen op de beste terroirs van Pomerol. Carl Gheysen kon Philippe Lambrecht overtuigen mee te stappen in zijn verhaal. Philippe Lambrecht werd mede-eigenaar van The Grape 1870 BV en is eigenaar van Wijnhandel De Brabandere in Wielsbeke. "De oom van mijn grootvader was de oprichter en gooide al vlug hoge ogen. Ik ben de vierde generatie. Vooral Bordeaux en Bourgogne boeiden me. Ik vind het dan ook heel fijn dat ik de zaak kan verderzetten. We bouwden heel veel kennis op", zegt Philippe Lambrecht.

## GOEDE BEWARING VERZEKERD

Philippe Lambrecht kon Wijnen Dercor in Moorsele overnemen. In de collectie van Wijnhandel De Brabandere vind je zowat 500.000 flessen topwijnen. Philippe Lambrecht heeft een uitgebreide voorraad van kwaliteitswijnen waar Bordeaux en Bourgogne het grootste deel van uitmaken. Ook kan hij heel wat uitzonderlijke wijnen op drank aanbieden. Veel klanten zijn daarnaar op zoek, onder meer omdat ze zelf niet de mogelijkheid hebben om jonge wijnen ideaal te bewaren. Carl Gheysen heeft een stock van 300.000 flessen. Bij The Grape 1870 vind je een ruimer assortiment topwijnen uit Italië en meer grootse champagnes, zoals Champagne Philipponat, Clos des Goisses, Champagne Dehours, Champagne Palmer, Champagne Roederer enzomeer.

"We hebben samen dus fysiek heel veel wijn liggen. Dat heeft als grote meerwaarde dat we heel goed weten om welke wijn het gaat en wat er mee gebeurde. Philippe kan verzekeren dat hij bijvoorbeeld dertig jaar geleden een bepaalde wijn kocht en dat die in ideale omstandigheden bewaard werd. Temperatuurschommelingen, licht en droogte spelen een cruciale rol. Zelfs de beste wijn gaat kapot als die niet goed bewaard wordt", zegt Carl Gheysen.



Foto's © Wauw.be

### **'WINE HUNTERS SINCE 1870'**

De baseline van The Grape 1870 luidt 'Wine Hunters Since 1870'. Philippe Lambrecht is een gepassioneerde jager. Carl Gheysen is nog een beginnende, maar vindt er veel plezier in om samen met zijn Duitse Staande Korthaar George een handje te helpen. Allebei hebben ze een grote liefde voor het plattelandleven en de natuur. "De jacht levert vaak een prachtig stukje wild op en daar hoort een lekkere wijn bij. 'Wine Hunters Since 1870' verwijst natuurlijk ook naar het ontdekken van klasse wijnen."

### **ZELDZAAM**

Philippe Lambrecht: "Dertig jaar geleden begon ik met de invoer van wijnen van Domaine de la Romanée-Conti. Dat is de meest mythische wijn die er bestaat. De prijzen schommelen van 400 euro tot 6000 euro. Het gaat uiteraard om de allerbeste kwaliteit, maar ook de zeldzaamheid bepaalt mee de prijs. Van bepaalde wijnen zijn er amper 4000 flessen beschikbaar voor de hele wereld. Er is dan ook heel veel vraag naar. De wijn Le Montrachet kost 2000 tot 2500 euro. Het is een witte wijn waarvan er wereldwijd 1400 flessen beschikbaar zijn. De wens van het huis is om deze wijnen alleen te verkopen aan liefhebbers die de wijn ook zullen drinken om ervan te genieten. Sommigen willen de wijn aankopen en dan met winst doorverkopen, dat willen we vermijden. Door mijn jarenlange ervaring kan ik echte liefhebbers wel onderscheiden van wie uit is op geldgewin."

### **SCHITTERENDE DOMEINEN**

Philippe Lambrecht: "Ik voer onder meer wijnen in van L'Eglise Clinet van Denis Durantou. We hebben al veel prachtige wijnen geproefd, maar van Durantou hoorde ik de bedenking dat de beste wijnen voor ons liggen. Er is steeds meer kennis over hoe goede wijnen te maken. Alles evolueert en verandert. Een goede vriend is François Mitjaville, een toonaangevende wijnmaker die bepaalde zaken ook op een andere manier durft te benaderen. Het is een topdomein waarmee we graag uitpakken." Je vindt bij The Grape 1870 ook wijnen van Domaine Méo-Camuzet, Bodega Vega Sicilia, Domaine Arnaud Baillet, Maison Le Moine. Carl Gheysen heeft ook een voorliefde voor Argentijnse wijnen. "Zo is er Bodega Montevejo in de Uco-vallei, een domein dat eigendom is van de familie Péré-Vergé waar ik mijn beginjaren doorbracht", aldus Carl Gheysen.

## TERROIR

“Het begrip terroir gaat ver. Eerst en vooral speelt de ondergrond een rol. Daarnaast is er de keuze van de druif, de invloed van zon, regen en wind, afwatering etc. Om goede wijn te maken, moet je bovendien talent hebben. De terroir en de druiven kunnen identiek zijn, maar als je door twee personen wijn laat maken, kan de kwaliteit verschillend zijn”, zegt Carl Gheysen. Philippe Lambrecht omschrijft het zo: bij goede wijn speelt de terroir 50% een rol, de zon en goed of slecht weer heeft een aandeel van 25% en de overige 25% hangt af van de wijnmaker. “Je hebt Château La Dominique en Château Cheval Blanc. Er ligt maar een grachtje tussen beide domeinen. Toch kan de wijnmaker van Cheval Blanc van de druiven van La Dominique geen Cheval Blanc maken. De ondergrond van het terrein kan plots veranderen. Heel veel kleine details spelen een rol, maar samen maken ze een groot verschil.”

## EIGEN DOMEIN

Philippe Lambrecht bleef niet alleen actief in de wijnhandel, hij ging ook zelf aan het werk en was niet bang om de sprong te wagen. Hij heeft als co-eigenaar in het Spaanse Catalonië ‘Bodega Mas Alta Priorat’ bijna letterlijk uit de grond gestampt. Momenteel is het een domein van 65 ha. “Via een vriend leerde ik de betere Spaanse wijnen kennen. Hij woonde in Priorat, vroeger een rijke wijnstreek, maar kapot gemaakt door het dictatoriale regime van Franco. Ik hoorde altijd dat een slechte grond uitstekende wijn oplevert. Mas Alta begon uit het niets. We kochten in 1999 vijftien hectare ruwe grond, de percelen lagen verspreid. We hebben dus geen domein overgenomen. Kenners vertelden dat we zeven jaar later grote wijn zouden kunnen brengen. We hebben er terrassen aangelegd. Om te kunnen planten moesten we boren, zo hard was de ondergrond. Het gaat om de zogeheten Licorello die zorgt voor een mooie fraîcheur en mineraliteit.”

## MICROKLIMAAT

Bijzonder ginds is het microklimaat met heel weinig regen. Nu ja, in het begin was het moeilijk. In 2005 regende het een volledig jaar niet, er viel geen druppel. We hadden de jaren ervoor heel veel aangeplant. Bevloeien was onmogelijk, want er was gewoonweg geen water. Toch haalden we mooie resultaten. Onze wijnen kregen zeer hoge scores van Robert Parker, maar die is al enkele jaren uit het circuit verdwenen. De hittegolf van afgelopen zomer zal er voor zorgen dat we wellicht 30% minder wijn zullen hebben dan vorig jaar, maar dat was dan ook een topjaar, het beste dat we ooit hadden. De wortels van de wijnstokken gaan nu tot 20 meter diep en dat is een bescherming.” Carl Gheysen: “Ook in de regio Bordeaux zullen ze wat minder wijn hebben. De geluiden die ik bij Angelus hoor, is dat ze een mooie oogst hadden met een heel goede kwaliteit van de druiven. Die plukten ze iets vroeger dan gewoonlijk. Dus 2022 zal hoogstwaarschijnlijk een mooi wijnjaar worden.”







## FRANS DOMEIN

Philippe Lambrecht had de smaak van het maken van wijn te pakken en kwam via Carl Gheysen in contact met Jean-Christophe Meyrou uit de Bordeaux-regio. De man kon een bod uitbrengen op Château Le Rey. Hij werkt samen met de Vietnamees-Chinese investeerder Peter Kwok. “Hier is de kalksteenrots uitzonderlijk. Die is verfrissend, houdt het water goed vast en geeft het rustig weer af als de wijnstokken het nodig hebben. Het domein levert mooie, betaalbare rode wijn op: Les Argileuses en Les Rocheuses die in Bourgogneflessen worden gebotteld. Philippe Lambrecht was in 2021 ‘Belgian wine personality of the year’, iets waar hij fier op is en dat hem veel voldoening geeft. Hij deelt het rijtje winnaars met grote namen zoals Justin Onclin en Carol Duval-Leroy.

## SOMMELIERS

The Grape 1870 richt zich actief naar sommeliers en heeft zelf een topper in huis: Jasper Van Papeghem. Hij heeft twintig jaar lang carrière gemaakt in de horeca, van bistro tot een tweesterrenrestaurant. Hij werkte onder andere in de Hilton Group, Hostellerie L’esco en De Jonkman\*\*. Als sommelier won hij een aantal prestigieuze prijzen waaronder Beste Sommelier van België 2017-2018, de Ruinart Champagne Trophy in 2017 en de beste bierkaart van België (Gault-Millau) 2019. “We werken heel graag samen met sommeliers. Het is fijn als ze langskomen met nieuwe culinaire creaties en willen nagaan welke wijnen er perfect bij passen. Na verloop van tijd bouw je een band op en groeit er loyaliteit. Als ze iets bijzonders vragen, zullen we ons daar extra voor inzetten. We leveren graag aan restaurants met dezelfde visie. Ze selecteren met zorg hun ingrediënten om hun klanten het allerbeste te bieden. Dat doen wij met onze wijnen”, zegt Carl Gheysen.

## FAÇON DE VIVRE

“Wijn kan je raken. Het drinken van goede wijn is vaak gekoppeld aan een mooi wijnjaar, aan een bijzonder moment zoals een huwelijk en geboorte. Het leven is een aaneenrijging van mooie momenten die we ons graag herinneren. We hebben heel fijne klanten die ons vertellen hoe ze naar die momenten toe leven en er naar uitkijken. Goede wijn brengt mensen samen, daar zijn we heel trots op.”

## DEGUSTATIES

Op het einde van het jaar wordt er meer wijn verkocht. The Grape 1870 biedt degustaties en doet dat vaak samen met een domein. Op 19-20 november is er de eindejaardegustatie in Moorsele, op 12-13 december staat Château Angelus in de kijker. Ook online kan je kennismaken met wat The Grape 1870 te bieden heeft. “We merken dat er ook online wijn gekocht wordt. Vaak zijn dat klanten die de wijn kennen, want het gaat soms om grote bedragen. Het vertrouwen is er. Onze website is heel transparant, op die manier maken we een groot verschil”, zegt Carl Gheysen. Leuk om weten: de onderneming ligt in Moorsele op een zichtlocatie langs de E403 tussen Kortrijk, Roeselare, Brugge en de Kust.

Meer info: [www.bottleadvice.com](http://www.bottleadvice.com)  
The Grape 1870 BV  
Muizelstraat 14, B-8560 Morsele  
[info@thegrape1870.be](mailto:info@thegrape1870.be)



## UITZONDERLIJK WIJNDOMEIN ANGELUS

**Saint-Émilion** is een fantastische wijnregio. Op de beroemde 'pied de côte' ligt de wijngaard van Angelus. De ligging is fenomenaal. Ook de gedrevenheid van de familie Boüard de Laforest is bijzonder. De wijn vind je bij The Grape 1870.

Aan de grondslag van Angelus ligt een uitzonderlijk gelegen wijngaard vlakbij het dorp Saint-Émilion, op de beroemde 'pied de côte', volledig zuidgericht. Maar ook de passie en de vastberadenheid van de familie de Boüard de Laforest hebben in de loop der generaties dit succesverhaal geschreven. Angelus is een domein van 42 hectare, één van de belangrijkste wijngaarden van de appellation Saint-Émilion.

De familie de Boüard de Laforest beheert het landgoed sinds 1782. Het werd groot gemaakt door Hubert de Boüard, die het domein meer dan 30 jaar heeft geleid. Nu wordt Angelus gerund door zijn dochter, Stéphanie de Boüard-Rivoal. Sinds 2012 geeft zij een nieuwe impuls aan de exploitatie van het domein en aan de toekomst op langere termijn.

### ANGELUS SIGNATUUR

De 'Angelus signatuur' is ontstaan uit de combinatie van een gedurfd druivenras met een uitzonderlijk klei-kalksteen terroir en een veeleisend vinificatieproces. Dichtheid, zachtheid, elegantie, zuiverheid en frisheid... Bij elke oogst is er het genot van dit unieke karakter dat voortkomt uit de zuidelijke hellingen van Saint-Émilion en de beheersing van een ongewoon percentage Cabernet Franc. In 2013 kocht Stéphanie de Boüard-Rivoal het Logis de la Cadène, het oudste restaurant van Saint-Émilion, gelegen aan een pleintje in het hart van de middeleeuwse stad. Ze vertrouwdde de leiding van de keuken toe aan chef-kok Alexandre Baumard, die het etablissement in 2017 naar een Michelinster leidde. In Bordeaux, de hoofdstad van de gastronomie en de wijnen, heeft Stéphanie de Boüard-Rivoal de activiteiten van haar familie in de wereld van de gastronomie en de charmante hotels verder uitgebreid en ontwikkeld met Le Gabriel. Le Gabriel biedt op vier verdiepingen een bar, een bistro en een gastronomische keuken met één Michelinster in 2021: 'L'Observatoire'.

### NIEUWE WIJNMAKERIJ

In 2019 zette Stéphanie de Boüard-Rivoal de modernisering van de wijngaard voort met de aankoop van een nieuwe wijnmakerij die ze zelf helemaal opbouwde. Carl Gheysen van The Grape 1870 heeft een nauwe samenwerking met de Boüard de Laforest en kan alle mogelijke informatie geven. "Bordeaux is mijn heimat. Ik voel me er thuis en ben een liefhebber van de mooie Merlot en Cabernet wijnen. Het voelt steeds als thuiskomen aan."

Meer info: [www.bottleadvice.com](http://www.bottleadvice.com)



## MOOIS UIT SPANJE

**Vega Sicilia is dé wijn is van Spanje.**

**Unico is een icoon wijn en behoort bij de betere wijnen van het land.**

Bij Wijnhandel Debrabandere kan je terecht voor Spaanse topwijnen. Eigenaar Philippe Lambrecht voert al meer dan dertig jaar Vega Sicilia en Unico in. Hij heeft een goede vriendschapsband met de heer Alvarez, die aanwezig was op de proeverij ter ere van zijn erkenning als wijnpersoonlijkheid van het jaar. Allebei houden ze van mooie wijnen en de prachtige Spaanse wijnregio's. De geschiedenis van Vega Sicilia ontstond in 1864 met een voor die tijd ongekend revolutionaire stap. In dat jaar sticht Eloy Lecanda het wijngoed en importeert 18.000 stekken van cabernet sauvignon, malbec, merlot en pinot noir uit Bordeaux. Die stekken plant hij op de finca van zijn vader, iets ten oosten van Valladolid. Pas in 1915 bottelt het domein zelf de eerste Valbuena en Vega Sicilia, een wijn die zijn reputatie voorgoed bevestigt in 1929 op de wereldtentoonstelling van Barcelona. Het bedrijf groeit enorm uit. De verkoop aan de familie Alvarez in 1982 was het beste wat Vega Sicilia kon overkomen. Sinds 1998 staat Xavier Ausas als oenoloog aan het hoofd van de technische staf.

Dé rode draad op dit domein: om goede wijnen te maken is er geen haast.

Het geheim van Vega Sicilia is gelegen in een complex van factoren: kwaliteit van de bodem, klimaat (micro en meso), een groot percentage van zeer oude stokken, een zeer laag rendement: acht tot twintig hectoliter per hectare, afhankelijk van het jaar, een zeer lange rijping op vat, perfectionisme in alle aspecten. Alle wijnen van Vega combineren concentratie met elegantie, paren intensiteit en ras aan complexiteit en lengte.

**Reserva Especial:** Deze wijn wordt gecomponeerd uit een selectie van minstens drie verschillende topjaargangen Unico van tinto fino en cabernet sauvignon. Dit is uniek in Spanje en mogelijk zelfs in de hele wereld. De jongste jaargang is minstens tien jaar oud en rijpt op hout tot de assemblage en botteling plaatsvindt.

**Unico** is Vega's referentiewijn. Unico wordt meestal na ongeveer zes jaar houtrijping gebotteld en krijgt na die tijd nog minimaal vier jaar flesrijping. In uitzonderlijke jaren kan de duur van de houtrijping oplopen tot wel negen jaar.

**Valbuena:** wordt meestal gemaakt van een blend van ongeveer 80% tinto fino en 20% merlot en malbec. De stokken zijn minstens twintig jaar oud en de wijn krijgt drie tot vier jaar om te rijpen.

# PRAKTISCHE RUIMTE GROEIT UIT TOT LUXUEUZE BELEVINGSPLAATS

Wat de pandemie ons demonstreerde, is hoe belangrijk onze eigen binnen- en buitenruimtes zijn. Een uitnodigende tuin, een ruime keuken, een knusse slaapkamer, een efficiënt thuisbureau en... een gezellige badkamer. De badkamer is de plaats die de jongste jaren, zelfs al voor dat ellendige virus zijn intrede deed, wellicht de grootste transformatie onderging. De klassieke functionaliteit en gebruiksvriendelijkheid volstaan niet langer, vandaag moeten badkamers ook bijdragen tot een gevoel van wellness en luxe, en dit in een eigen design. Ze zijn veel meer dan louter een praktische ruimte, hier draait alles rond beleving.

TEKST: INK

FOTO'S: ALKE, ANTONIO LUPI, DETREMMERIE, VILLEROY & BOCH EN DE WITTE LIETAER.

Welke zijn de diverse rode draden die de badkamer anno 2022 doen staan of vallen? Hiervoor tastten we de markt af bij diverse producenten. Er was in juni ook de prestigieuze beurs Salone del Mobile in Milaan. Het leverde ons heel wat informatie op die we graag voor jou op een rijtje zetten. Beginnen doen we bij het meest tastbare: de ruimte zelf.

## **SLAAPKAMER EN BADKAMER WORDEN ÉÉN**

Misschien wel de meest opmerkelijke vaststelling, is hoe de badkamer in omvang toeneemt. Was dit traditioneel een ruimte met een aantal vaste elementen, zoals een douche/bad, lavabo en toilet, dan wordt deze plaats meer en meer opgenomen in het grotere geheel. Wat vooral opvalt, is hoe de badkamer en slaapkamer naar elkaar toegegroeid zijn. Vergelijk het met de manier waarop ook buitenruimtes van ons huis een samenspel begonnen zijn met binnen. Of hoe de keuken tegelijkertijd een leefruimte is geworden, in nauw overleg met het woongedeelte.

De badkamer en de slaapkamer evolueerden van twee duidelijk afgescheiden plaatsen naar onderdelen van het huis die af en toe naadloos in elkaar overgaan. Zo kun je er niet naast kijken hoe steeds meer mensen ervoor kiezen om een rechtstreekse verbinding tussen de slaap- en de badkamer te maken, de zogenaamde 'ensuite'. Het betekent dat je niet eerst een gang doormoet en/of een trap beklimt of afdalt, maar ongestoord naar je persoonlijke stukje woning stapt.

Een héél duidelijke trend is hoe er alleen maar ingezet wordt op nog meer openheid dan we al gewoon waren. Een glazen wand tussen de beide ruimtes, bijvoorbeeld, zorgt voor een harmonisch ruimtegevoel dat de beleving compleet maakt. Afhankelijk van de gewenste privacy kan hier een halfopen wand gebruikt worden of getint glas.

Opvallend is ook hoe de vloer tussen de beide ruimtes niet vergeten wordt. Die laat men steeds vaker doorlopen, zodat een grote eenheid en mooie zichtassen tussen beide ruimtes ontstaan. Sommige mensen gaan trouwens nog verder. Een vrijstaand bad of een glazen regendouche in de slaapkamer? Dat bad en die douche zijn vaak zo fraai vormgegeven dat je allerminst het gevoel hebt in een badkamer te slapen. Nee, je slaapkamer blijft je slaapkamer, maar dan wel in een omgeving met 'a twist'. Wil je het bad of douche liever iets meer afgesloten zien? Alles kan, een klein muurtje of een wand in de slaapkamer zorgen dan voor iets meer afscheiding en privacy.

## OPMARS VAN HOUT EN RONDE VORMEN

Bekijken we de evolutie van de materialen in de badkamer, dan springt het meest in het oog hoezeer hout de badkamer heeft veroverd. Er werd lange tijd gedacht dat dit materiaal niet thuis hoorde in een 'natte ruimte', maar net als in de keuken is die manier van denken voltooid verleden tijd.

Het gebruik van massieve houten latjes breekt door. Deze worden horizontaal of verticaal gebruikt om een bad te isoleren of om kastdeuren af te werken en bezorgen de badkamer een zeker ritme en levendigheid. Ook op de vloer merk je hoe hout (of materialen met het uitzicht van hout) het stokje overnemen.

Je ziet daarnaast steeds meer interieurmaterialen doorbreken. Dan hebben we het over onder andere marmer, beton, keramiek of 'solid surfaces'. Deze interieurmaterialen worden soms gecombineerd met ovale vormen, waarmee de aansluiting gemaakt wordt met andere plaatsen in huis waar je ovale tafels, stoelen en zetels met afgeronde hoeken ziet opduiken. Het 'ronde' in de badkamer wordt vertaald in zaken als waskommen, spiegels of baden zonder hoeken en rechte lijnen.

## KLEURENTRENDS: ZWART EN CO

Altijd interessant om na te gaan: welke zijn de kleurentrends voor volgend jaar? We gingen te rade bij enkele trendwatchers en die zijn het er over eens: de trend naar zwart blijft duren, maar dat betekent allerm minst dat alles donker moet zijn. De belangrijkste tip hierbij is dat eigenlijk alle mogelijke tinten kunnen, maar dat je goed moet kijken naar de grootte van je badkamer. Hoe kleiner de ruimte, hoe minder aangeraden zwart- of (de eveneens populaire) grijs tinten worden, dit doet alles er immers nog kleiner uitzien.

En nu we het toch over kleur hebben: in de badkamer doen ook koperkleurige elementen en tinten het goed. Dat mag niet verwonderen, dit is gewoon een verwijzing naar goud en net dat straalt die sfeer van luxe en warmte uit die we momenteel najagen. Heel speciaal is goud in combinatie met zwart, wat doet denken aan weelde en rijkdom. Moderne badkamers met een zwarte twist of zwarte accessoires zijn helemaal ingeburgerd.

Zwart is allemaal goed en wel, maar hoe zit het dan met het traditionele wit van de klassieke badkamer? Geen paniek, wit vormt nog steeds in veel badkamers de basis, maar je merkt wel steeds vaker hoe er gecombineerd wordt met een accentkleur. Die accentkleuren hebben de neiging helder te zijn en schrik niet als je massaal blauw, rood, geel, oranje en paars aantreft. Net die tinten werken stimulerend en verdienen bijgevolg hun plaats. Een waarschuwend vinger: het mag niet té druk worden, soberheid en eenvoud blijven belangrijk.

En om af te ronden met de kleuren: ook in de badkamer blijven verschillende tinten natuurgroen het goed doen. Ook dat mag niet verwonderen, elk jaar worden we ons meer bewust van het buitenleven, een gevoel dat versterkt werd door de pandemie. Handig aan groentinten is bovendien dat ze goed combineren met verschillende materialen en kleuren. En ja, waarom geen plant in de badkamer integreren? Het kan de wellness-factor enkel vergroten. Het enige waar je dan moet op letten, is dat je kiest voor één of meerdere exemplaren die het goed doen bij een hoge luchtvochtigheid en relatief weinig daglicht.

Andere opvallende tinten: beige blijft het goed doen in samenspel met lichtere en warmere tinten. Ook blauw is een blijver. Blauw heeft uiteraard de associatie met water, het mariene leven en een stralend heldere hemel in de zomer.

## EEN GEVOEL VAN LUXE

Bij de kleurentrends hadden we het over de combinatie van goud en zwart en dat illustreert perfect waar het bij de moderne badkamer om draait: we gaan op zoek naar een gevoel van luxe. Dit gevoel van luxe laten we ontstaan door de combinatie van kwaliteitsvolle materialen. Zo worden zandkleurige tegels afgezet tegen fraaie houten kasten. Of worden bepaalde kleuren marmer uitgespeeld tegen matgelakte meubelen. Bij dat laatste: mineraalmarmer is tegenwoordig zeer populair omdat het klasse uitstraalt en geschikt is voor een strakke vormgeving.

Wat we merken, is hoe ontwerpers spelen met alle details om hun meubelen uitstekend af te werken en alles meer cachet te geven. De Italiaanse ontwerper Antonio Lupi is hier een uitstekend voorbeeld van. De man is ervan overtuigd dat bad- en slaapkamers steeds meer zullen integreren en het is diens ambitie om mooie stukken te maken die bijna een kunstwerk worden en volledig in de ruimte passen. Dit merk je aan diens vrijstaande Borghi-bad, dat gemaakt is van Crismood, een soort hars zo sterk als steen, maar transparant als kristal. Ook een stijlvol bad vonden we bij Villeroy & Boch, dat onder meer uitpakt met zijn Finion. Dit is een luxueus vrijstaand bad, met een mooi design en elegante dunne randen.

En nu we het toch over baden hebben. In de moderne badkamer tref je soms een verzonken, vrijstaand bad aan. Hiervan kan de hoogte van de badrand zelf gekozen worden, sommigen laten het bad zelfs volledig wegzakken in de vloer. Een bad nemen terwijl je het gevoel hebt dat je in een zwembad ligt, ook dat is nieuwe luxe...



© antoniolupi

## OPMARS NIEUWE ELEMENTEN

Rukken er speciale elementen op in de badkamer? Hierop is het antwoord volmondig ja! Wat daarbij vooral in het oog springt zijn de whirlpools en aangepaste inloopdouches.

Dat net de whirlpool het goed doet, mag niet verbazen. Dit is immers een ideaal middel om jezelf te ontspannen (en bijgevolg maximaal te beleven). Bij de whirlpool kan je het zo gek niet bedenken of het wordt aangeboden: luchtjets die vanuit de bodem bubbels laten opborrelen, hydrosystemen met waterjets van opzij, een combinatie van beide...

Bij de inloopdouches zien we steeds vaker inloopdouches met twee sproeikoppen. In deze open concepten tref je meer glazen wanden dan vroeger aan en de douche kan zelfs volledig open zijn en geïntegreerd met de zone waar het bad staat. Op deze manier behoud je het gevoel van ruimte en dat in allerlei stijlen: klassiek met donkere bekleding, goudkleurige kranen en douchekoppen, glamour door het gebruik van marmer, speelsheid door de twee douchekoppen niet naast elkaar, maar tegenover elkaar te plaatsen... de keuze is schier eindeloos. Trouwens: sommige ontwerpers trekken de betegeling van de vloer door naar een wand van de inloopdouche en dat zorgt voor een verrassend effect.

## DE WANDEN: HET GEHEIM VAN TADELAKT

Tegels vormen een klassieke wandbekleding in de badkamer en geen paniek: tegels zijn een blijvertje. Ze doen dit in diverse maten en kleuren. De kleur van de voegen kan aangepast zijn aan de tegels of er mee contrasteren.

Een trend die al diverse jaren aanwezig is, maar nu nog meer de aandacht opeist, is het gebruik van tadelakt op de muren van badkamers en douches. Deze uit Marokko stammende pleister op basis van kalk bezorgt de badkamer een heel speciaal effect. Hoe het werkt: na het aanbrengen en drogen van de tadelakt wordt de muur gepolijst met een halfedelsteen en ingewreven met olijfzeep. Zo wordt de niet noodzakelijk helemaal effen muur waterbestendig en bovendien is het gebruik van diverse pigmenten mogelijk.

Je dacht dat 'behangpapier' in de badkamer niet mogelijk was? Vergeet het maar, tegenwoordig zijn er waterafstotende soorten vinylbehang beschikbaar die geen waterspatten doorlaten en die gemakkelijk te reinigen zijn. Ze doen dit in allerlei prints, je kunt het zo gek niet bedenken. Verf kan trouwens ook, maar dan wel enkel op plaatsen waar het water niet opspat. Verf in de douche aanbrengen is dus geen goed idee...

Nu we toch bezig zijn: er is ook de mogelijkheid van waterdicht gemaakte kurk. Deze kurk tref je niet enkel op de wanden aan, het materiaal kan ook toegepast worden op de vloer, waardoor een warm voetcomfort ontstaat én het geluid tegelijkertijd gedempt wordt.



© Villeroy & Boch

## SLIMME SPIEGELS

Een badkameronderdeel dat het eveneens verdient apart behandeld te worden, is de spiegel. Spiegels dampden vroeger al te gemakkelijk aan, maar dat wordt nu meer en meer vermeden. Zo worden ze dezer dagen uitgerust met verwarming, zodat er geen condens te zien is. Sommige producenten ontwerpen spiegels die alleen verwarmen als het écht nodig is. Andere speciale eigenschappen van de moderne spiegel: de verlichting wordt enkel aangeschakeld als je ervoor staat, je kunt een verbinding maken met een smartphone om naar muziek te luisteren en het neusje van de zalm: spiegels die door het glas informatie laten zien, zoals het weerbericht, het nieuws of je agenda. De besturing van die laatste: gebruik gewoon je stem.



© Alke



© Detremmerie

## EFFICIËNT MEUBILAIR

Het uitzicht van een badkamer wordt meer nog dan vroeger ook bepaald door het meubilair. De nadruk bij dit meubilair ligt op efficiëntie. Je moet er veel spullen in kunnen opbergen en je vermijdt daarmee een bijzonder storend, rommelig uitzicht, dat de sfeer om zeep helpt. Afhankelijk van de grootte van je badkamer kan je kiezen voor aangepast meubilair zodat je steeds voldoende bewegingsruimte hebt. Heel wat producenten bieden maatwerk.

Bij het meubilair valt het belang van de wastafel op. Die wastafel biedt verschillende opties, zoals inwerken in het blad of opstaand plaatsen. Binnen bereik staan alle spullen die je elke dag nodig hebt, maar ranke uitvoeringen kunnen, met bijvoorbeeld onder de waskom een kastje of plank, dienen om spullen in op te bergen. Vaak is er de combinatie met kolomkasten, handig omdat ze smal en hoog zijn zodat ze op de vloer minder oppervlakte innemen.



© De Witte Lietaer

## PERFECT AFGEWERKT LINNEN

Afsluiten doen we met hét accessoire bij uitstek voor de badkamer: het linnen. Hierbij is er vaak een wens voor het gebruik van materiaal van de hoogste kwaliteit, dat tot in de puntjes is afgewerkt.

Het linnen, met inbegrip van de badjas, ontsnapt niet aan de hang naar alle mogelijke kleuren. Zo merk je tinten als taupe, zeegroen, citroengeel, staalgrijs, papaya-oranje of cactusgroen. De vele kleuren zijn aanwezig in alle mogelijke gebruiksvoorwerpen, tot en met de washandjes, de badmatjes en de gastendoekjes. Leuk is dat je de kleuren zelfs kunt afstemmen op de seizoenen: vrolijke kleuren in de zomer of zachte, warme tinten in de winter.



**Tips voor het jonge volkje**

Heb je kinderen, dan kunnen de volgende tips van pas komen. We sommen er een aantal voor je op:

- Jonge kinderen houden van een bad, maar hoe ouder ze worden, hoe meer de voorkeur uitgaat naar een douche
- Vergeet de veiligheid niet: voorzie antislipmatjes, ook in de doucheceel
- Kies kranen die je kunt blokkeren op 38 graden en die niet opwarmen aan de buitenkant
- Vervang kranen door makkelijk te bedienen hendels met temperatuurbescherming
- Voorzie glazen douchedeuren op de juiste hoogte van een sticker
- Zorg voor heel wat opbergruimte voor de klassieke badkamerspullen, maar ook voor waterspeelgoed en eventueel pyjama's
- Plaats goed zichtbare linnenmanden. Een mand met kleurtjes voor gekleurde was, een witte of neutrale wasmand voor de witte was
- Voorzie vrolijke accessoires en speeltjes in leuke kleuren in je badkamer. Zo stimuleer je kinderen om met plezier naar de badkamer te trekken

**Het duurzame denken**

Ook de badkamer ontsnapt niet aan het steeds grotere belang dat gehecht wordt aan duurzaamheid. Zo zul je merken dat het hout dat in de moderne badkamer gebruikt wordt steeds vaker met een duurzaamheidslabel wordt aangeboden. Een label zoals het FSC-label (Forest Stewardship Council). Zo weet je zeker dat het hout afkomstig is uit duurzaam beheerde bossen.

Het is ook geen toeval dat bamboe aan een revival toe is. Dat is logisch, bamboe is immers geen hout, maar een snelgroeiende grassoort met een heel kleine ecologische voetafdruk.

In deze tijden van water- en energieschaarste wordt ook steeds nadrukkelijker aan zuinig verbruik gedacht. Zo zijn waterbesparende douchekoppen of regendouches in opmars. De douche voelt even goed aan, maar je verbruikt minder water door de specifieke stand van de gaatjes. Dit wordt aangevuld met uiterst zuinige led-verlichting, met een veel hogere levensduur dan zijn klassieke voorgangers.

Dit dossier kwam mede tot stand dankzij de medewerking van Alke, antoniolupi, Detremmerie, Villeroy & Boch en De Witte Lietaer





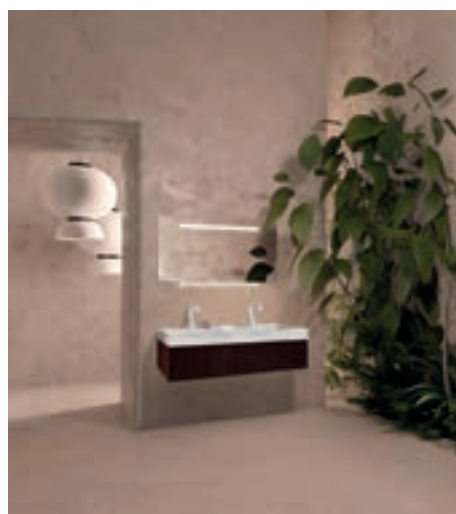
# STEEDS MEER NIEUWE MATERIALEN IN DE BADKAMER

## **STEL ZELF JE DROOMBADKAMER SAMEN**

Detremmerie bathroom furniture zag tijdens de corona-periode hoe klanten meer nood hadden aan een warme en veilige thuis. Ook de badkamer speelt daarbij een belangrijke rol. Er zijn steeds meer mogelijkheden om er een persoonlijke touch aan te geven.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: DETREMMERIE

Detremmerie bathroom furniture biedt modern design en alle mogelijkheden om jouw badkamer van luxe en comfort te voorzien. De mooie meubels, de verfijnde afwerking met topmaterialen en de hedendaagse vormgeving geven een warm gevoel. De dagelijkse leiding gebeurt nu door Koen Ducatteeuw, CEO en medevenoot. Samen met Matthias Cottenier (internal sales) wijst hij op enkele trends. "Nieuw is dat in het totale interieur afgeronde vormen meer aan belang winnen. Zowel in gebouwen zie je dat de rechte appartementsblokken gebogen en ronder worden; in de zitmeubelen merk je ook dat de ovale vormen overal opduiken en uiteraard zet deze trend zich ook door in de badkamer. Verschillende materialen doen hun intrede in de badkamer zoals marmer, beton, glas naast keramiek en solid surface. De kastafwerking mag voortaan ook in finer en liefst met fijne massieve houten latjes. Kleur doet terug volop zijn intrede in de badkamer. Uni kleuren zoals terracotta en groen worden doorgetrokken zowel als kleur voor bad, meubel en opbouwwascom. De vtwonon licentiecollectie, geproduceerd en exclusief verdeeld door geselecteerde Detremmerie dealers, is samengesteld uit stijlvolle kleuren zoals wit, grijs, sand en zwart die in de ganse badkamer uni worden gebruikt. Mooie kleuren blijven tijdloos."

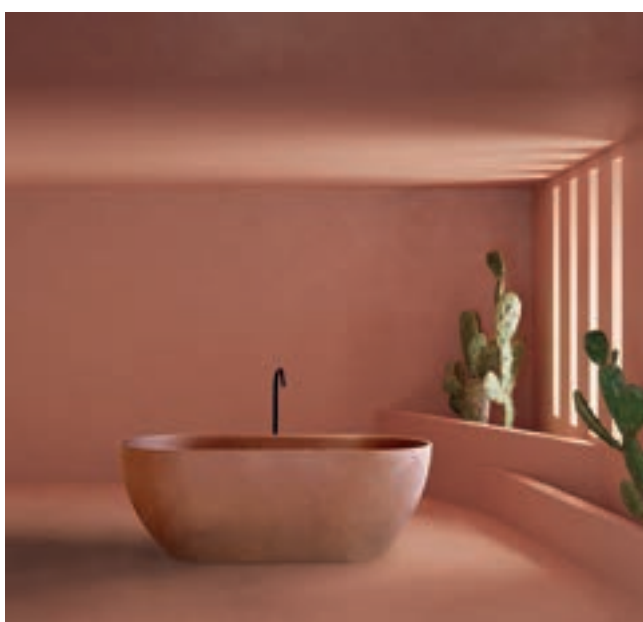


## KLASSE

Bij Detremmerie kan je een beroep doen op de expertise van de dealers. Je kan opteren voor een volledige badkamer, maar die ook zelf ontwerpen en modulair samenstellen. Zo kan je er een persoonlijke touch aangeven. Dat kan ook met mooie accessoires die de badkamer tot in het detail afwerken. "In de badkamer creëer je een idee van luxe door mooie materialen zo te combineren dat ze zowel qua vorm en kleur een eenheid vormen. Bepaalde kleuren marmer in combinatie met matgelakte meubelen passen perfect samen. Vergeet niet dat alle elementen moeten matchen dus ook toilet, douchebak en bad. Om die reden ontwerpen wij bij Detremmerie ook deze elementen, die een aanvulling vormen om eenheid, rust en zo ook luxe in de badkamer te creëren. Details zoals afgeschuinde deurfronten en kastzijdes die in elkaar overlopen, of binnenlades in de schuiflades versterken het gevoel van luxe. Naadloos mat of hoogglans gelakte meubelen en wastafels toveren luxe in eenvoud. Ook spiegelkasten met indirecte verlichting in, boven en onder de kast en met spiegels in de rug van de kast en de binnenkant van de deuren geven een wauw-effect."

## BEGELEIDING

Bij Detremmerie lopen er geregeld vragen binnen over het onderhoud van materialen. Een badkamer mag er spic en span uitzien. "Hiervoor werken we met blogs waarin klanten de voor- en de nadelen van diverse materialen en onderhoud ervan kunnen nalezen. We verwijzen hier dan ook graag naar en geven waar nodig extra informatie. Klanten vragen ook heel vaak wat de trendkleuren zijn. Hierover geven wij graag advies. In onze showroom en catalogoog presenteren we opstellingen en zijn er de al ingerichte badkamers. Vele van onze meubelen zijn leverbaar in alle Ral-kleuren, zodat deze perfect matchen met de gekozen kleuren in je badkamer of met de gekozen tegels." Klanten krijgen dus alle mogelijke informatie en worden begeleid bij het maken van keuzes. Het gaat immers om een vertrouwensband. Het komt er ook op aan goed te luisteren naar de wensen die er zijn. "Advies bij het inrichten van de badkamer hoort bij elk verkoopgesprek. Wil een klant een bad of douche of beide, veel of weinig opbergruimte, spiegel of spiegelkast? Met onze bathroomconfigurator kunnen klanten alles zelf samenstellen en het resultaat bekijken vooraleer de badkamer bij hen thuis wordt geïnstalleerd."





## MAATWERK

Kasten kunnen worden geoptimaliseerd qua opberg-ruimte; gaande van 1 of 2 lades tot 3 lades tot op de grond, en ook de mogelijkheid tot binnenlades. Tevens bieden wij hangkasten, kolomkasten en spiegelkasten, die de nodige extra opberg-ruimte bieden. Hoe alles op te hangen en aan te sluiten is de meest gestelde vraag na de selectie van de producten. Hiervoor bieden wij onze handige aansluitschema's en technische tekeningen op de website. Ze laten tot in het detail zien hoe alles dient te worden gemonteerd. Uiteraard bieden wij maatwerk aan met onze Architect collectie. Marmer, keramische en solid surface wastafelbladen zijn leverbaar per mm met de wastafel, waar je die ook wilt. De kasten worden met pastukken afgewerkt om perfect in de ruimte te passen."

## EIGEN ONTWERPEN

Alle meubels en accessoires worden gemaakt door eigen vakmensen. "Detremmerie wist zijn No Limit assortiment op de markt te brengen, waarbij de klant zelf zijn badkamer samenstelt met alle eigentijdse trendy elementen. De klant beslist zelf hoe ver hij daarin gaat. We ontwerpen steeds nieuwe wastafels, meubels, handgrepen, spiegels, kasten en baden die modulair zijn met elkaar en samen steeds een mooi uniek geheel vormen. Onze ontwerpers komen steeds met ideeën, die door de R&D afdeling wordt omgezet in productie en zo het licht zien. Vaak ziet een idee van de ontwerper er toch enigszins anders uit in afgewerkt product omdat soms wel wat toegevingen nodig zijn om dit productietechnisch en budgettair geregeld te krijgen."

## INSPIRATIE

"We halen inspiratie uit verschillende hoeken zoals internationale beurzen. Hotels en horecazaken met toongevende interieurs wereldwijd geven ons vaak impulsen. Deze diverse interieurs en trends algemeen zetten ons aan om tendensen in de badkamer te brengen. Je merkt duidelijk dat de functie van een badkamer veranderd is; de wastafel dient alleen nog om je tanden te poetsen, je te scheren en je op te maken. Hierdoor mag de wasbak ondieper zijn omdat je je er niet meer elke dag in wast. De douche wint aan belang, waardoor die ook steeds groter wordt. Materialen uit de woonkamer en keuken vinden ook hun weg naar de badkamer, zoals marmer, zolang ze maar onderhoudsvriendelijk blijven met de juiste behandeling. Dampvrije spiegels en spiegelkasten zijn vaak te weinig gekend, maar zijn super handig in de badkamer. Door deze spiegels lichtjes te verwarmen, blijft de spiegel volledig dampvrij, wat pure luxe is."



## VEILIGHEID

Door de lockdowns tijdens corona brachten we noodgedwongen meer tijd thuis. Bij Detremmerie merkte men hoe dat impact had. "Sinds corona merken wij dat het interieur, alsook de badkamer aan belang heeft gewonnen. Veel mensen waren thuis en dit zette velen aan het denken over hun interieur. Ze zagen het belang in van een goed, veilig en gezellig huis. Ze hadden bovendien tijd om plannen te maken en daar een budget voor vrij te maken. Dat kon omdat reizen, restaurants bezoeken en shoppen vaak heel beperkt was. We wisten tijdens deze periode onze omzet goed te laten stijgen en kunnen tot op heden de vraag moeilijk aan. Ook het personeel gaat anders denken: de werk-privé balans moet in evenwicht te zijn. Flexibele uren en thuiswerk horen er allemaal bij. Door de energiecrisis en de situatie in Oekraïne worden mensen bang gemaakt om te gaan investeren. Je merkt momenteel een kleine terugval in binnenkomende orders, maar hierop anticiperen we door Frankrijk aan te boren en een vtwonon collectie in licentie voor de Benelux te verdelen."

## JARENLANGE ERVARING

Detremmerie werd in 1939 opgestart door Gerard Detremmerie als schrijnwerkersbedrijf. Zijn drie zonen Raf, René en Andre zetten de zaak samen verder. Mijnheer René Detremmerie nam de leiding en wist keukens en later badmeubelen te integreren in de sanitaire groothandel. In 1996 nam René samen met zijn dochter Marijke de zaak over. "In 2000 werd de productie van de keukens stopgezet omdat de wereld van de badmeubelen en de keukens toch wel meer en meer uit elkaar gaan. Ondertussen is Detremmerie marktleider geworden in de Benelux op de professionele markt en wist ondertussen ruim 450 showrooms te voorzien van minstens vijf Detremmerie meubelen. In maart 2021 is Detremmerie gestart in Frankrijk waar we reeds 75 showrooms hebben ingevuld. Koen Ducatteeuw is de huidige ceo en medevenoot."



Meer info: [detremmerie.be](https://detremmerie.be)

# ALKE IS TOONAANGEVEND IN STIJLVOLLE OPLOSSINGEN “WE HEBBEN VEEL OOG VOOR INNOVATIE”

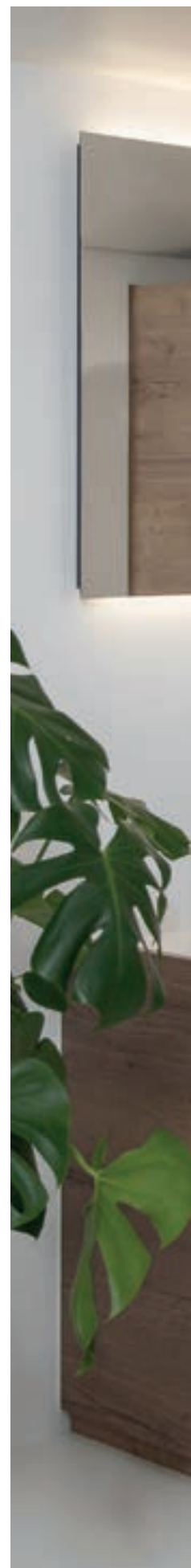
Alke staat voor vakmanschap, detailafwerking, esthetiek en comfort. Daarbij komt nog de passie van de drie broers De Keyzer die de familiezaak overnamen. Ze leggen de lat heel hoog en dat kunnen klanten en het Alke-team fel waarderen

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: ALKE

“Klanten zijn op zoek naar kwaliteit en duurzame, gepersonaliseerde oplossingen. Ook comfort en esthetiek zijn belangrijke waarden. Een badkamer mag een mooi stijlvol deel van de woning zijn”, zegt Koen De Keyzer die samen met tweelingbroer Hans en jongere broer Bart de familiezaak Alke runt. Het is in een notendop wat Alke te bieden heeft. Particulieren kunnen via de gespecialiseerde vakhandel terecht bij Alke.

## SLIMME OPLOSSINGEN

“Comfort is voor ons een groot aandachtspunt. In een badkamer wil je bijvoorbeeld graag je spullen goed opbergen en je gemakkelijk kunnen bewegen. Onze meubelen zijn daar op afgestemd”, zegt Koen De Keyzer. Het team heeft veel oog voor innovatie en nieuwe technologie. Alke, dat ook keukens ontwerpt, was het eerste bedrijf dat in België greeploze keukenkasten op de markt bracht, iets dat al vlug een heuse trend werd en nog altijd hoge toppen scheert. Voor badkamers hebben ze een spiegelkast die zowel je voor- als achterzijde laat zien. “Een spiegelkast biedt opbergruimte maar moet natuurlijk ook een goed spiegelcomfort bieden. Nieuw is onze CU-mirror, een kwaliteitsvol concept waarbij je alle kanten van je bovenlichaam kan bekijken. Die optie is ideaal om het kapsel goed te leggen of een halsketting vlot vast te maken. De spiegelkast heeft twee pivoterende panelen met aan beide zijden een spiegel. De linkerkant heeft een camera aan de binnenkant, in het rechterpaneel is er subtiel een scherm gemaakt. De compacte camera stuurt beelden in realtime en high definition door. Je ziet direct elke handeling die je uitvoert en krijgt een vloeiend en haarscherp beeld, zonder enige vertraging. Je hoeft je dus niet meer in bochten te wringen.”









## HANDIG EN LEUK

Alke denkt ook na over het onderhoud van badkamermeubelen. De spiegelkastdeuren worden voorzien van een gezandstraalde rand waardoor je geen vingerafdrukken ziet. Standaard voorziet Alke een dubbel stopcontact en een USB-punt in de spiegelkasten. Dat is handig om je tandenborstel op te laden of via je smartphone naar muziek of het nieuws te luisteren terwijl je in bad zit. Het research & development team van Alke zoekt voortdurend naar optimale verlichtingsystemen die tegelijk duurzaam zijn. In een badkamer is dat toch wel een uitdaging, je wil immers een perfect beeld van hoe je er uitziet. "We ontwikkelden een heel mooie oplossing met een led-luifel. De intensiteit en de lichtkleur is optimaal om een waarheidsgetrouw beeld te geven. Je ziet echt wel het verschil, het is het niveau waar wij naar streven. Bij het openen en sluiten van kastdeuren en lades werken we met een geluidloze demping van de scharnieren. Het zijn details die je pas ten volle ervaart als je er gebruik van maakt. We blijven voortdurend zoeken naar hoogkwalitatieve, comfortabele oplossingen."

## HOUT BLIJFT HET DOEN

Tijdloos, maar alert voor nieuwe vormen en materialen: het typeert Alke. "Daarop kunnen we goed inspelen dankzij de knowhow en vakkennis van onze medewerkers. We kunnen zo de nieuwe evoluties opvolgen en er mee aan de slag gaan. Dat gebeurt met respect voor een hoog comfortniveau en het toepassen van de nieuwste technieken. We maken geen grote designsprongen, maar blijven wel mee met wat er leeft. We waren een week op het Salone del Mobile in Milaan. Daar viel ons op dat er meer kleur in de badkamer komt. Een houtdecor blijft het doen. Dat geeft onmiddellijk een warme sfeer. We zagen het gebruik van een verticale en horizontale lattenstructuur, dat vonden we top en zullen we integreren in onze concepten. In het najaar kan je het resultaat in onze toonzalen zien. In het interieur voor livings zie je soms afgeronde vormen die voor een huiselijke sfeer zorgen. "Ronde en ovale vormen hebben we ook, maar in de sanitaire wereld breken ze niet helemaal door. Wel is het zo dat het voor sommige toepassingen zinvol is. Als je dicht bij een deur een meubel wil plaatsen, kan een smal en afgerond meubel zinvol zijn. Maar we zien voorlopig nog niet een grote vraag."





## BELEVING

Een badkamer moet mooi en praktisch zijn. Dan is het belangrijk om op de basis te focussen: de wastafels, de douche en bad, de spiegel, de verlichting. Maar een badkamer is ook een leefruimte, de belevingsfactor is belangrijk. "Daar houden we zeker rekening mee. Vraag is hoe de kamer er uit ziet. Is die klein of groot, is er veel lichtinval? Afhankelijk daarvan kan je met lichtere of donkerde kleuren spelen. Als je klein behuist bent, dan kan je kiezen voor kasten die wat lager tegen de grond komen. Heb je heel veel ruimte, dan kan je slanker en smaller werken om de ruimte wat luchtiger aan te kleden. Het Alke assortiment is heel flexibel, sanitaire handelaars hebben veel opties. Het esthetische en de gevoelsbeleving komen bij ons sterk naar voren. Het scala aan mogelijkheden is bij Alke echt wel heel ruim. Je hebt heel veel keuze om een feel good factor na te streven. Ons assortiment biedt de mogelijkheid om een interieur te creëren dat aansluit op de andere kamers van de woning. Je mag het ontwerp van een badkamer niet geïsoleerd zien, je moet het in het totaalplaatje bekijken. Je kan heel veel sferen creëren, maar bij badkamers gebeurt dat met het oog op een functionele aanpak."





## PURE LUXE

Met een aantal accenten geef je je badkamer extra cachet. “In een luxueuze badkamer zie ik graag veel natuurlijke elementen zoals natuursteen. Er is bijvoorbeeld veel vraag naar wastafels in mineraalmarmer. Die kan je krijgen in een glanzende of een matte uitvoering. Het is een natuurproduct dat goed bestand is tegen krassen en slijtage, maar het is vooral heel mooi. Massief hout, fineerhout of houtimitaties kunnen ook. Een badkamer is een vochtige omgeving, kwaliteitsvol gelamineerde oplossingen zijn een praktische oplossing en nauwelijks te onderscheiden van echt hout. Het natuurlijke element is een absolute plus.” Hou je van een landelijke stijl of mag het eerder strak en minimalistisch zijn? Goed nieuws, je kan streven naar een perfecte mix. “We zien vaak dat een deel van de badkamer met heel strakke lijnen wordt ingericht, gecombineerd met specifieke klassieke moulures en lambrisering. Daar kan je tijdloze, eerder moderne elementen aan toevoegen. Of je kan kiezen voor een extra landelijk accent.”

## ESTHETIEK

Alke besteedt heel veel aandacht aan details die het esthetische niveau van de meubels versterken en bovendien heel aangenaam zijn. “Als je nadenkt over het esthetische en comfortabele niveau, hebben we bijvoorbeeld een oplossing om de mengkraan op een subtiele manier te integreren in het geheel van de badkamer. De ‘Water Mirror’ ziet er clean en strak uit, het is een mooi voorbeeld van productdesign. Op een bijna onzichtbare manier is de kraan geïntegreerd onder een spiegel of een spiegelkast. Daardoor krijg je een luchtiger geheel met minder onderhoud. In het spiegelpaneel kan bijkomend een zeepdispenser geïntegreerd worden. Ook met ledstrips kan je effecten creëren. Plaats ze bijvoorbeeld in de greeplijst van een badmeubel. Dan kunnen ze als nacht- en sfeerverlichting dienstdoen. Het is een manier om een subtiel en zacht licht aan de badkamer toe te voegen.”

## GETALENTEERD TEAM

“We produceren alles in België. De productiesite is 20.000 m<sup>2</sup> groot. De productiehal is sterk geautomatiseerd. We zijn eigenlijk een industriële maatwerkfabrikant. De termen klinken misschien contradictorisch, maar we slagen er in om sterk gepersonaliseerde oplossingen op een industriële manier te realiseren. Maatwerk is onze grote sterkte, daarvoor zijn we gekend. We maken bijvoorbeeld wastafelbladen op maat die we heel mooi en verfijnd afwerken. Dat kunnen zowel grote, royale wastafelbladen zijn als kleine. Ons team bestaat uit zowat 100 medewerkers. Een deel daarvan werkt voor het keukensegment. De profielen zijn uiteenlopend: productiearbeiders, medewerkers die de productie voorbereiden, er zijn behoorlijk veel top interieurarchitecten. Ook de IT-afdeling is sterk. Die zorgt ervoor dat het maatwerk digitaal goed wordt voorbereid.”

## FAMILIEZAAK

“Het is voor mij zeker een passie. Ik ben sinds 1990 in de zaak en de betrokkenheid werd steeds sterker. Het creëren van mooie leefruimtes voor mensen die er dagelijks gebruik van maken, de zin voor de geluksfactor bij wat je aanbiedt, mee zijn met de hedendaagse smaken en trends: daar gaat het voor mij om. Ik ontwerp heel graag, dat gebeurt samen met ons team van binnenhuisarchitecten. Dat doe ik al dertig jaar lang met heel veel goesting. Het is een heel fijne sector om in te werken omdat je er al je creativiteit in kwijt kunt.”

Het is bij uitstek een familiebedrijf. Vader Willy De Keyzer startte samen met zijn broer en twee schoonbroers de zaak op. “De productie van meubels begon in 1972, dus 50 jaar geleden. Aanvankelijk ging het alleen om keukens, maar al snel kwamen er ook badkamers bij. Op een beursdeelname werd contact gelegd met een Limburgse zaakvoerder die ons vroeg om samen te werken. Hij wou graag dat we badkamermeubelen voor zijn Nederlandse klanten zouden maken. Toen is het label Alke ontstaan. Het is een samenvoeging van zaakvoerder Albertz en De Keyzer. Het zorgde voor een dynamische groei. Al snel volgde er verkoop via andere kanalen en kregen we stevige bekendheid in de wereld van sanitaire vakhandelaars. Onze markt is vooral de Benelux, maar we werken ook een stukje voor Frankrijk en Zwitserland.”

## DUURZAAMHEID

We kunnen er met de klimaatcrisis niet meer omheen, duurzaamheid is een must. “Voor ons is dat super belangrijk. Het gaat om de keuze van materialen, maar ook om de productiewijze. Onze fabriek is voor 60% voorzien van groene elektriciteit. Bijna tot op de centimeter hebben we overal zonnepanelen voorzien. Hout is een hernieuwbaar materiaal. We gebruiken hout uit duurzame bosbouw met het internationaal erkend FSC-label. Dat kopen we bij leveranciers in Europa om transportkosten te beperken. Het restafval van hout beperken we maximaal. Dat konden we reduceren van 13% naar 5%. Wat overblijft, verwerken we in een eigen verbrandingsinstallatie waar we groene energie uithalen om onze fabriek te verwarmen. Die ovens zijn Vlareem-gekeurd en voldoen aan heel strenge normen. We waken erover dat we op ecologisch vlak zo optimaal mogelijk onze producten op de markt brengen. Dat doen we uit volle overtuiging.”

Meer info: [www.alke.be](http://www.alke.be)





# HOE UW BADKAMER VERBOUWEN MET VILLEROY & BOCH

Wilt u uw badkamer omtoveren tot een persoonlijk wellness paradijsje? Een nieuw kleurenpalet zal de sfeer bepalen die u wilt creëren, of die nu comfortabel en ontspannend is, of fris en energiek. Villeroy & Boch heeft in samenwerking met ontwerpster Gesa Hansen Colourvolution ontwikkeld om u te helpen. Colourvolution is een kleurenconcept dat speciaal is uitgewerkt om u te inspireren en te begeleiden bij het ontwerpen van uw badkamer.

TEKST: JOANNA PAYS - FOTO'S: VILLEROY & BOCH

## DE KLEUREN VAN VILLEROY & BOCH

Sinds 1876 maakt Villeroy & Boch mooie en praktische badkamermeubels. In de jaren 1970 begonnen zij hun eerste samenwerking op het gebied van badkamers met de ontwerper Luigi Colani. Het doel was om een coherente designlijn te creëren voor elk badkamerelement, waarbij design en ergonomie werden gecombineerd met opvallende kleuren. Dit nieuwe concept was het eerste dat de badkamer opnieuw definieerde als leefruimte.

Een breed scala aan kleuren, zowel natuurlijke als levendig, zijn een integraal onderdeel van het Villeroy & Boch design. Het nieuwe Colourvolution kleurenconcept, ontwikkeld door Villeroy & Boch en ontwerper Gesa Hansen, helpt klanten bij het maken van hun keuze voor kleurencombinaties.





## DE KLEUR VAN UW BADKAMER KIEZEN

De designreis van Villeroy & Boch begint met het kleurenpalet. Het palet is verdeeld in tinten van levendig rood, warm geel, natuurlijk groen, zacht roze, rustgevend blauw en aards groen.

Kies eerst je hoofdkleur en beslis dan of je één, twee of drie kleuren wilt combineren. De keuze is aan u! In de Colourvolution gids worden vier soorten kleurenssets aanbevolen: monochroom, complementair, analoog of drieledig.

Bij de monochrome kleurensset worden verschillende tinten van een hoofdkleur gebruikt. Het gebruik van verschillende tinten zorgt ervoor dat de badkamer rustiger oogt dan wanneer overal precies dezelfde kleur wordt gebruikt. Het maakt het ook gemakkelijker om badkameraccessoires te matchen.

Het complementaire kleurenpalet creëert een subtiel contrast en geeft een extra dimensie aan de kamer. Bij dit kleurenschema worden twee verschillende tinten gebruikt. Een van de twee kleuren is de hoofdkleur, terwijl de contrasterende kleur meer als accent wordt gebruikt - anders kan het effect te rommelig zijn.

Als u op zoek bent naar een driekleurenschema, bestaat de meest harmonieuze manier erin de meer rustige kleuren te gebruiken voor de grotere vlakken en de sterkere kleur alleen voor de accenten.



## KLEUR INTRODUCEREN MET EEN GEKLEURD WASTAFELTJE

Wanneer u kleur in uw badkamer introduceert, raadt Villeroy & Boch u aan te beginnen met een gekleurde wastafel. De collecties Artis en Loop&Friends van Villeroy & Boch bieden wastafels in een groot aantal kleuren en vormen.

De Artis tweekleurige vrijstaande wastafels zijn verkrijgbaar in negen heldere kleuren, evenals in glanzend wit en mat wit. Zij zijn verkrijgbaar in vier vormen: ovaal, rond, vierkant en rechthoekig. De Loop&Friends-collectie biedt een palet van zachtere, meer natuurlijke matte kleuren voor een rustiger uitstraling in de badkamer. Ze zijn verkrijgbaar in vier matte kleuren: wit, zwart, grijs en beige, maar ook in het traditionele glanzende wit. Loop&Friends biedt de mogelijkheid uw badkamer te personaliseren met kleur, maar ook met de verschillende formaten, rond, rechthoekig en ovaal en met de verschillende manieren van installatie: vrijstaande wastafel, inbouw wastafel en onderbouw wastafel.

Deze producten kunnen worden gecombineerd met WC's uit de Subway 2.0 collecties in mat zwart, mat grijs en mat beige, of elke andere Villeroy&Boch collectie in wit. Ze kunnen ook worden gecombineerd met verschillende meubelcollecties, zoals Finion of Legato.

Om nog meer keuze te hebben, kan Villeroy & Boch de kleur van de buitenkant van uw bad op maat maken. Met het Colour on Demand-concept kunt u zelfs uw kleur kiezen met het RAL- of Sikkens-nummer.





### VILLEROY & BOCH BADKUIPEN

Over badkuipen gesproken, de badkuip is het centrale element van uw spa thuis en het ontwerp ervan draagt aanzienlijk bij tot de sfeer van de kamer. Elke badkamer is anders, maar niet alle badkuipen zijn geschikt voor elke opstelling. Daarom biedt Villeroy & Boch een breed scala aan verschillende ontwerpen, van klassieke vormen tot op zichzelf staande modellen in verschillende vormen en kleuren. Comfortabele extra's, zoals luxe whirlpoolsystemen, creëren de perfecte ruimte voor nog meer ontspanning.

## THEANO BADKUIP - SYNONIEM VOOR DISCRETE SCHOONHEID IN PUUR DESIGN

Het vrijstaand bad Theano is ontworpen door Christian Haas, die door AD Magazine werd uitgeroepen tot één van de 100 belangrijkste ontwerpers van 2022. Theano is verkrijgbaar in volledig grijs, volledig wit of met een op maat gemaakte gekleurde buitenkant en staat voor ingetogen schoonheid in een strak design.

Het silhouet van deze indrukwekkende badkuip combineert evenwichtige proporties en geometrische contouren in een mooi en strak ontwerp. Ondanks zijn smalle randen en dunne materiaaldikte is dit bad uiterst duurzaam, wat alleen mogelijk is dankzij het hoogwaardige materiaal Quaryl®, een mengsel van beproefd sanitair acryl en kwarts, een mineraal materiaal.

Vrijstaand op de vloer van de badkamer staat Theano voor discrete schoonheid in een strak design.

Het bad is perfect voor extravagante badkamers, waar minimalistische elementen een stedelijk comfort dicht bij de natuur bewerkstelligen.

Nu heb je alle hulpmiddelen om van je badkamer je eigen thuispa te maken. Voeg gewoon je persoonlijke touch en creativiteit toe.

Meer info: [www.villeroy-boch.be](http://www.villeroy-boch.be).



# ANTONIUOLUPI

## LUXE BADKAMERS

antoniolupi is een toonaangevend 'Made in Italy' merk, bekend onder interieurontwerpers en architecten om zijn exclusieve designproducten voor de badkamer. Hier wordt vakmanschap gecombineerd met de hoogste kwaliteit materialen om een ruime keuze aan iconische badkamermeubels te produceren die elke badkamer omtoveren tot een elegante leefruimte.

TEKST: JOANNA PAYS - FOTO'S: ANTONIUOLUPI

### HET VERHAAL VAN ANTONIUOLUPI

Het verhaal van antoniolupi begon in 1950 in een dorpje in Toscane, met een kleine werkplaats gespecialiseerd in glazen accessoires. Antonio Lupi, oprichter van het bedrijf, was vastbesloten om de reputatie van het bedrijf op te bouwen op basis van aandacht voor detail, kwaliteit en innovatief design. Geleidelijk aan nam Antonio's familie de leiding van het bedrijf over en begon samen te werken met bekende ontwerpers en architecten. De badkamer evolueerde van een puur functionele ruimte naar een toonbeeld van iconisch design. De toenemende vraag naar antoniolupi producten leidde tot de oprichting van een internationaal distributienetwerk in meer dan 30 landen, inclusief hun eigen merk showrooms.

In de zeventig jaar sinds de oprichting is antoniolupi synoniem geworden van elegantie, innovatie, precisie en een robuuste design geest. Vandaag de dag omvat het antoniolupi portfolio baden, wastafels, fittingen, badkamer keramiek en accessoires.







## VAKMANSCHAP IN MARMER

Uitzonderlijk design, gevoel voor stijl en creativiteit onderscheiden alle badkamerartikelen van antoniolupi. Deze kwaliteit wordt weerspiegeld in de keuze van de materialen, zoals marmer, natuursteen, glas, hout en technologisch geavanceerde materialen.

antoniolupi staat bekend om zijn marmeren badkamers, gemaakt van massieve blokken marmer van de hoogste kwaliteit, gewonnen door bekwame steenhouwers uit de Cervaiolo steengroeve in Mount Altissimo in Noord-Italië. Antoniolupi gebruikt dit edele en eeuwenoude materiaal om unieke en hedendaagse badkamerobjecten te creëren.

De Intreccio serie marmeren wastafels zijn een voorbeeld van antoniolupi's unieke en verbluffende ontwerp. Deze vrijstaande stenen wastafels zijn samengesteld uit concentrische cirkels vervaardigd uit één blok marmer. De ringen van marmer zijn concentrisch omdat ze binnenin het blok marmer moeten worden verkregen. Dit beperkt drastisch de verspilling van dit kostbare materiaal tijdens het marmer snijden. Hier gaan esthetische expressie en technologie samen om de impact op het milieu te verminderen. Deze wastafels kunnen ook worden geproduceerd met ingebouwde led-verlichting, voor extra effect.



Wave is een revolutionaire nieuwe vrijstaande marmeren wastafel met een lichte etherische vorm die vervloeit als een golf. Wave werd gepresenteerd tijdens de Salone del Mobile 2022 en vormt de eerste samenwerking tussen antoniolupi en de architectuurstudio Fuksas, als aanvulling op antoniolupi's talrijke samenwerkingen met gevestigde design- en architectuurstudio's.

Wave vormt een ongewoon contrast tussen de stevigheid van het materiaal en de lichtheid van de vorm. De artistieke visie van Doriana en Massimiliano Fuksas, gecombineerd met de ervaring van antoniolupi, vermindert de dikte van het materiaal, waardoor het licht wordt als een vel papier. Deze lichtheid wordt benadrukt door de helderheid van het gebruikte Carrara marmer.

De energie van het water komt volledig tot uiting in deze wastafel en wordt geaccentueerd door de twee randen die elkaar aan het uiteinde niet perfect overlappen. Deze randen vormen een praktische steun voor handdoeken. Het perfect gladde oppervlak van Wave is het resultaat van het vakmanschap in de verwerking van marmer en het perfecte gebruik van geavanceerde machines, ten dienste van de mens gesteld om ideeën en projecten om te zetten in meesterwerken. De natuurlijke tinten van het materiaal maken elke vrijstaande wastafel uniek en onherhaalbaar.

## FLUMOOD VAN ANTONIOLUPI

Flumood is een innovatief materiaal voor badkamers ontwikkeld door antoniolupi dat esthetisch aantrekkelijk, ecologisch, resistent en gemakkelijk te reinigen is. Een perfect materiaal voor de badkamer. Antoniolupi heeft besloten het te gebruiken in een aantal van zijn projecten voor aanrechtbladen, wastafels en badkuipen.

Een voorbeeld van één van de antoniolupi producten beschikbaar in Flumood is het Sled bad, ontworpen door Carlo Colombo. Sled is een vrijstaand bad dat de indruk geeft 'uit water gesneden' te zijn. Het resultaat is een sculpturale vorm, die bijna lijkt te zweven in de lucht. Het gevoel van zweven en afwezigheid van zwaartekracht wordt geaccentueerd door de bodem van het bad, die onzichtbaar is. Dit effect kan verder worden geaccentueerd door het gebruik van een LED-lamp. Sled kan worden vervaardigd in een groot assortiment van kleuren en is ook verkrijgbaar in Colormood, de nieuwe hars met een fluweelachtige touch gepatenteerd door antoniolupi in 2021.



## CRISTALMOOD

Cristalmood, een resultaat van antoniolupi's onderzoek en productontwikkeling, is een gekleurde transparante kunststof met een glanzende afwerking, samengesteld uit polyesterhars van hoge kwaliteit en kleurpigmenten. Gedoopt tot Cristalmood vanwege zijn transparantie en glans, is het een nieuwe generatie gekleurde hars. Het is resistent, heeft anti-corrosie-tests doorstaan en kan worden gereinigd met alle gangbare schoonmaakmiddelen. Dankzij de samenstelling wegen voorwerpen gemaakt van Cristalmood ongeveer 30% minder dan voorwerpen gemaakt van massieve materialen.

Reflex is het eerste transparante bad van antoniolupi gemaakt van Cristalmoodi. Het bad wordt gekenmerkt door strakke vormen en kleuren, harmonie en minimalisme. Reflex is verkrijgbaar in tien trendy kleuren - Fumè, Nebbia, Ocra, Bottle, Petroleum, Ginger, Cobalt, Sangria, Amber en Lime tinten, die kleur, elegantie en levendigheid geven aan de kunststof volumes die in constante dialoog zijn met het licht.









## BADKAMERMEUBELS

antoniolupi heeft verschillende unieke collecties badkamermeubels, die allemaal gekenmerkt worden door innovatief design, vakmanschap en hoogwaardige materialen. De nieuwe Borderline collectie van strakke badkamermeubels en wastafelmeubels is ontworpen door Carlo Colombo. Borderline is een volledig aanpasbare collectie, met een breed scala aan maten, kleuren en exotische afwerkingen, zoals mat zwart gelakt aluminium.

Het meubelassortiment Atelier Colore valt op door zijn strakke en sobere vormgeving in een brede waaier van warme, neutrale of koude kleurtinten. Ontwerper Mario Ferrarini heeft gespeeld met de esthetische variaties die mogelijk zijn door gekleurde kubussen. Deze volledig personaliseerbare kasten zijn ook verkrijgbaar in een ruime keuze aan matte, reliëf of gepolijste lakafwerkingen. De gekozen handgrepen of openingsgleuven kunnen bovendien in verschillende standen worden geplaatst, waardoor een bijna oneindige combinatie van oplossingen mogelijk is.

Als aanvulling op de verschillende kastenreeksen omvat de antoniolupi-look een keuze aan spiegels, zoals de Focus-spiegel, uitgerust met een cirkelvormige loep.

Deze producten zijn slechts een greep uit het uitgebreide assortiment unieke en prachtige productontwerpen van antoniolupi.

Meer info: [www.antoniolupi.it](http://www.antoniolupi.it)  
[lupi@antoniolupi.be](mailto:lupi@antoniolupi.be)

# MET MOOD!T ZET JE DE SFEER NAAR JOUW HAND

## **JONG, DYNAMISCH, TRENDY ÉN TOEGANKELIJK**

MOOD!T werd in maart gelanceerd en is een schot in de roos. De collectie is kleurrijk, fris en levendig. Je kan alles mooi combineren en zelf sfeer creëren. MOOD!T biedt een heel goede kwaliteit aan toegankelijke prijzen. Nieuw in het gamma zijn de heerlijk warme poncho's.

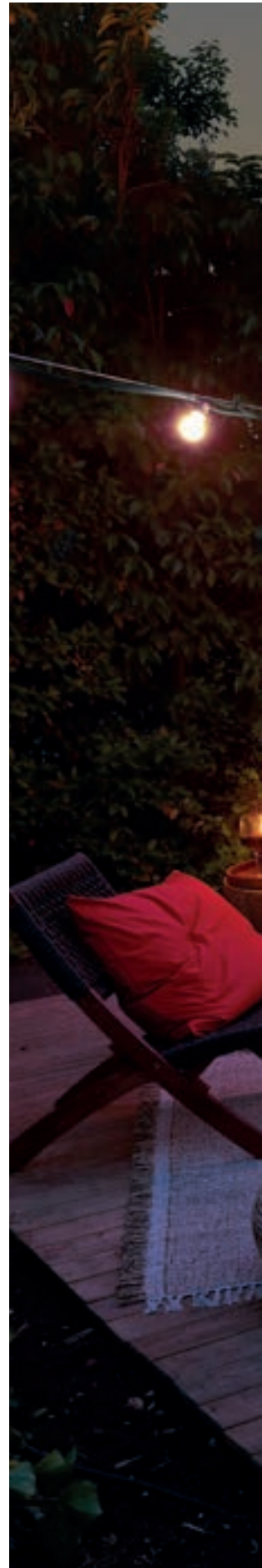
TEKST: HILDE PAUWELS

FOTO'S: MOOD!T

We staan er niet bij stil, maar bed- en badlinnen gebruiken we voortdurend en ze bepalen mee de sfeer in huis. Van frisse, levendige kleuren worden we blij, zachte tinten zijn rustgevend. MOOD!T combineert heel wat troeven: alles voelt zacht en comfortabel aan, de kwaliteit is uitstekend en je kan naar eigen smaak en gevoel combinaties maken. Voor prijsbewuste aankopen is MOOD!T een perfecte keuze. 'Toegankelijk' is het sleutelwoord en dat betekent dat iedereen er zich in kan terugvinden, zeker wie jong van geest is. Het is het resultaat van een jong team dat heel creatief omsprong met de uitdaging om een kwalitatief en betaalbaar concept te realiseren. Hoe je je ook voelt, bij MOOD!T vind je iets dat bij je past, je kan zelf de accenten leggen die je wenst. Het voelt gewoon goed om je te omringen met spullen die pure verwennerij zijn.

### **JONG EN MOOI**

MOOD!T valt op door de mooie, leuke en hippe collectie. Het is een jong merk, de lancering vond plaats in maart 2022. Je kan spelen met sfeer: 'MOOD!T, It's Yours'. Je kan gaan voor een make over and over and over... Het is een merk waarvoor je helemaal gaat, je vindt waar je naar op zoek bent en de prijs-kwaliteitverhouding is uitstekend. Daardoor kan je afhankelijk van jouw stemming of het seizoen een andere kleur kiezen. Als je houdt van trends en af en toe vernieuwen, dan is MOOD!T een perfecte keuze. Je kan eigen accenten leggen en alles afstemmen op je gevoel. It's Yours wil zeggen dat het voor jou en van jou is. Het aanbod is heel ruim, je kan je ermee identificeren.







### MIX AND MATCH

Bij het badlinnen kan je kiezen uit verschillende kleuren. Zo kan je de handdoeken van jou en je partner harmonisch bij elkaar laten passen. Kinderen vinden het heel fijn als ze zelf een kleurtje kunnen uitkiezen. Navy blue en Troy Sand zijn ongetwijfeld klassiekers, maar je kan ook gaan voor Troy Cactus en Deep Red. De badmatten vind je in verschillende formaten en passende kleuren.

Ook bij het bedlinnen heb je keuze te over. Odil is met de trendy patronen iets gedurfder, maar je kan ook gaan voor een egaal uni-overtrek van de Basil-collectie. Hoe dan ook gaat het om 100% natuurlijk materiaal dat heerlijk zacht en comfortabel aanvoelt. Mood your bedroom! Het assortiment dekbedovertrekken, hoeslakens, kussens en matrasbeschermers bezorgen je een prima nachtrust. De dekbedden zijn van een uitstekende kwaliteit en werden ook getest. Ergonomische kussens zijn bijzonder comfortabel en echt wel een aanrader. Bij het opstaan voel je het verschil.



### PONCHO'S

MOOD!T brengt ook poncho's op de markt. Die zijn heel behaaglijk als het wat kouder is en zorgen echt voor een feel good moment. Er zijn twaalf kleuren beschikbaar. Het is ideaal om cadeau te geven, zeker nu de temperatuur op veel plaatsen een graadje lager gedraaid wordt. Het is bovendien heel origineel en hartverwarmend! MOOD!T draagt graag zorg voor haar klanten. Er gaat ook veel aandacht naar een milieuvriendelijke aanpak en degelijke arbeidsomstandigheden, ook dat is een reden om voor MOOD!T te kiezen.

Meer info: [www.moodithome.com](http://www.moodithome.com)



DE WITTE LIETAER, EEN BEGRIP  
IN DE WERELD VAN HUISHOUD-  
LINNEN

**“WE WILLEN ZO VEEL  
MOGELIJK MENSEN RAKEN”**

De Witte Lietaer biedt huishoudlinnen van heel hoge kwaliteit, geproduceerd met de beste materialen en een uitstekende afwerking. Je vindt er alle textiel voor de badkamer, slaapkamer, living en keuken.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: DE WITTE LIETAER



Het bedrijf werd in 1898 opgericht en viert in 2023 het 125-jarig bestaan. De Witte Lietaer ligt aan de Leie in Lauwe. Het begon met een vlasweverij, maar al snel was het een van de meest gekende jacquard weverijen. Al voor de Eerste Wereldoorlog waren er 1300 werknemers en 750 weefgetouwen. “Er gebeurde heel wat in de geschiedenis van het bedrijf, maar we zijn nog steeds een monument”, zegt Francies Mallems, Sales & Marketing Director Retail. De Witte Lietaer richt zich op retail en de B2B-markt. Je vindt hun textiel terug in de allerbeste hotels wereldwijd. Daar worden gasten op handen gedragen. Veel mensen gaan ook thuis naar dat hotelgevoel op zoek en omringen zich graag met luxueus linnen.

“Het gaat nu om onzekere tijden, maar het valt op hoe klanten dan kiezen voor vertrouwde merken van topkwaliteit die een gevoel van veiligheid creëren. Het bezorgt hen een comfortabel gevoel omdat het om linnen gaat dat mooi is en omwille van de kwaliteit ook heel duurzaam is. Een degelijk merk als De Witte Lietaer biedt een vorm van troost”, zegt Francies Mallems

### **COMPLEX EN STABIEL**

Het huishoudlinnen heeft een tijdloze uitstraling en is ook internationaal toonaangevend. “We gaan terug naar de basics met uni-kleuren, strepen, ruiten en eenvoudige dessins. Ook dat heeft met de crisis te maken. We merken dat klanten graag even terugplooiën en geen gewaagde interieursprongen maken. Zo hadden we afgelopen zomer een gestreepte handdoek met wit, lichtgrijs en twee tinten blauw die het heel goed deed. De vertrouwde kleurencombinaties slaan goed aan, het geeft onze klanten veiligheid omdat ze die kennen.” De ontwerpers gaan daarbij heel zorgvuldig te werk. Ook gelaagdheid speelt een rol, zo moet je de kleuren goed afstemmen. Blauw is niet zomaar blauw. Daarin schuilt een vorm van complexiteit, eenvoud en stabiliteit, een combinatie die ervoor zorgt dat iets jaren later ook nog heel mooi is. De Witte Lietaer werkt met talent van eigen bodem. Zo loopt er een samenwerking met Lenie Wyseur. Ze volgde de richting Industrieel Product Design en heeft veel artistiek talent. Ze schildert onder meer aquarellen en is heel creatief met kleuren en dessins. Bij De Witte Lietaer is kwaliteit het allerbelangrijkste, maar ook het esthetische aspect speelt een grote rol in het succes. De beste kwaliteit mag ook mooi ogen.

## MENSEN RAKEN

Het bedrijf werkt met de beste gekamde katoensoorten. Dat komt onder meer uit Australië. Het kammen zorgt ervoor dat er na het kaarden korte vezels verwijderd worden en dat ze mooier evenwijdig liggen. Het resultaat is een beter eindproduct dat zachter is, meer glanst en beter absorbeert. De kleuren komen mooier tot uiting. De stof pluist minder en is duurzamer.

“Goede grondstoffen bepalen mee de kwaliteit, net als de weeftechnieken en de constructie van de stof. We maken telkens keuzes om het beste te bereiken.” Er is een exclusief aanbod: Luxury Collection. Daar wordt de lat heel hoog gelegd en elk detail optimaal uitgewerkt. Het bedlinnen heeft aan de bovenkant een eerder klassiek dessin, maar er zijn ook meer gedurfde collecties. De rustgevende uni of faux uni aan de achterkant en boord zijn typerend en noemen we ‘de saus van De Witte Lietaer.’” In de Luxury Collection vind je ook matrasbeschermers, hoeslakens, donsdekens en plaids die aan dezelfde kwaliteitsnormen voldoen.

Er is ook de pittige Smart Collection. Hier vind je kwalitatief hoogstaand huishoudlinnen, maar wordt ook op het prijskaartje gelet. Leuk om weten: in beide collecties vind je flanel terug, ideaal voor de koude periode die op ons afkomt. “We willen een breed gedragen merk zijn, de Smart Collection helpt ons daarbij. We willen zo veel mogelijk mensen raken met ons aanbod. Dat gebeurt letterlijk omdat er huidcontact is met ons huishoudlinnen. Maar het is ook figuurlijk: we willen dat mensen zich knus en geborgen voelen.”

## VERANTWOORD ONDERNEMEN

De Witte Lietaer garandeert betaalbare knowhow en expertise. Jekaneer terecht voor het volledige gamma van bed-, bad-, tafel- en keukenlinnen, en decoratiestoffen. Zo kan je je interieur perfect een eigen touch geven. Met een optimale service en de operationele sterkte maakt De Witte Lietaer een verschil, wereldwijd gekend. De onderneming onderschrijft de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen met respect voor economische resultaten, maar ook voor de samenleving en ecologische randvoorwaarden. Profit, people en planet vallen zo samen. Die staan omschreven in het Corporate Social Responsibility Report van De Witte Lietaer. Ook worden projecten van Fidema in Haïti en Kameroen gesteund, net als de Damiaanactie. Sociale beweging is meer dan ooit nodig.



Meer info: [www.dwl.be](http://www.dwl.be)



# DELTA POOLS

ZWEMBADEN & ZWEMVIJVERS



## DELTA POOLS & PONDS

is uw gespecialiseerde fabrikant van uw  
mono-block zwembad en/of zwemvijver.

Wij bieden u een ruim assortiment aan, van standaard tot een op maat gemaakte mono-block.

Via ons netwerk van **professioneel erkende partners** kunnen wij projecten van A tot Z afleveren. Op onze website vindt U, een geschikte partner in uw buurt.

Onze Premium partner **Jomarco bv** met al meer dan 23 jaar ervaring, staat in voor al onze installaties van zowel binnen- als buitenzwembaden.

De perfecte na-service kunnen wij u dan weer garanderen door ons partnership met **The Pool Boy** gespecialiseerd in de cleaning & service van zwembaden en zwemvijvers.

Bezoek onze **website** en **vraag vrijblijvend een offerte** aan.



# DE MOOISTE LOCATIE AAN DE BELGISCHE KUST



## Altijd oneindig zeezicht voor u

-  Hier is de zee werkelijk uw tuin
-  Een gevoel van eenheid met zee en duinen
-  Luxueus genieten
-  Laatste app. en penthouses beschikbaar
-  Bezoek ons modelappartement



Prijs vanaf €592.000\* (excl. kosten)

\*ACTIE: 2<sup>de</sup> garage gratis bij aankoop appartement met garage



**Zilt Residences**  
Nieuwpoortlaan 151 - 161  
8660 De Panne  
info@zilt.be | [www.zilt.be](http://www.zilt.be)

**Informatie en verkoop**  
Zeelaan 202, 8660 De Panne - T. 058 42 12 39  
Dynastielaan 2, 8660 De Panne - T. 058 41 35 61  
info@agencemulier.be | [www.agencemulier.be](http://www.agencemulier.be)





*Art By Nans*

THE ART OF FEELING

WWW.ARTBYNANS.COM



## HEDENDAAGSE KUNST

NAAST EIGEN KUNSTWERKEN IN DE EXPRESSIEVORM 'MIXED MEDIA' BESTAAT OOK DE MOGELIJKHEID OM EEN GEPERSONALISEERD SCHILDERIJ TE LATEN REALISEREN PASSEND IN UW INTERIEUR.



## ART IN A BOTTLE

LAAT UW 'ART IN A BOTTLE' PERSONALISEREN MET DIT ORIGINEEL CONCEPT ALS DE IDEALE ATTENTIE VOOR SPECIALE GELEGENHEDEN OF ALS RELATIEGESCHENK. EEN COMBINATIE VAN EEN FLES GIN OF RUM EN EEN HANDGEMAAKT KUNSTWERKJE MAAKT DIT GEHEEL UNIEK.

# TenSen

Juweliers



OFFICIËLE VERDELER VAN  
EXCLUSIEVE HORLOGEMERKEN.

Ruim aanbod aan Special & Limited Editions  
Uitgebreide kennis & vakmanschap  
Erkend servicepunt & herstellingen

**THUIS  
IN TIJD.**  
SINDS 1962.

TENSEN JUWELIERS IS 'OFFICIËLE VERDELER' VAN  
GESELECTEERDE PRESTIGIEUZE MERKEN, DIE SINDS OUDSHER  
GEKEND ZIJN EN ELK EEN RIJKE GESCHIEDENIS EN KNOW-HOW  
MEEDRAGEN.

Op wandelafstand van de Meir, kan u TenSen Juweliers & TenSen Exclusive terugvinden. Het hoofdhuis "TenSen Juweliers" is gelegen in de Huidevettersstraat 46. Hier kan u terecht voor herstellingen en onderhoud voor uw huidige en dierbare horloge of de unieke aankoop van een nieuw horloge. Bent u eerder opzoek naar een juweel, verlovingsring of trouwringen? Bij ons bent u aan het juiste adres.

**NIEUWE WINKEL GEOPEND**

**Breitling Boutique**

Leopoldstraat 2, 2000 Antwerpen

ROLEX - PATEK PHILIPPE - CARTIER - OMEGA - TAG HEUER - TUDOR - GRAND SEIKO

LONGINES - FREDERIQUE CONSTANT - ORIS - HAMILTON - EBEL - RADO

BAUME & MERCIER - BALMAIN - SEIKO - TISSOT

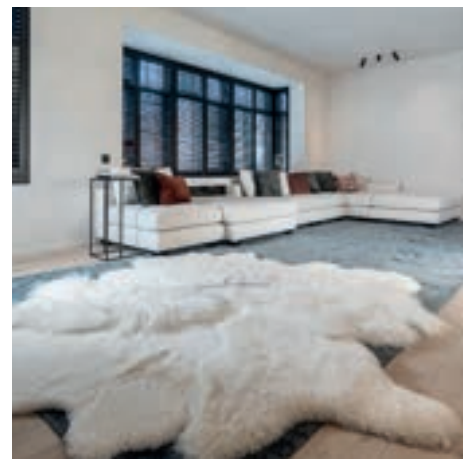
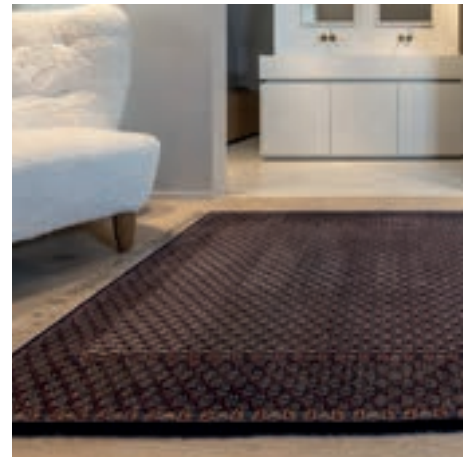
BIGLI - FOPE - ATELIER P. - FLANDERS - BLOCH & CO - AKILLIS

AL CORO - ROOS 1835 - MINIMALS

**TenSen Juweliers** | Huidevettersstraat 46 | 2000 Antwerpen | +32 (0)3 231 98 98

**TenSen Exclusive** | Schuttershofstraat 2 | 2000 Antwerpen | +32 (0)3 231 98 99

info@tensen.be | **www.tensen.be**

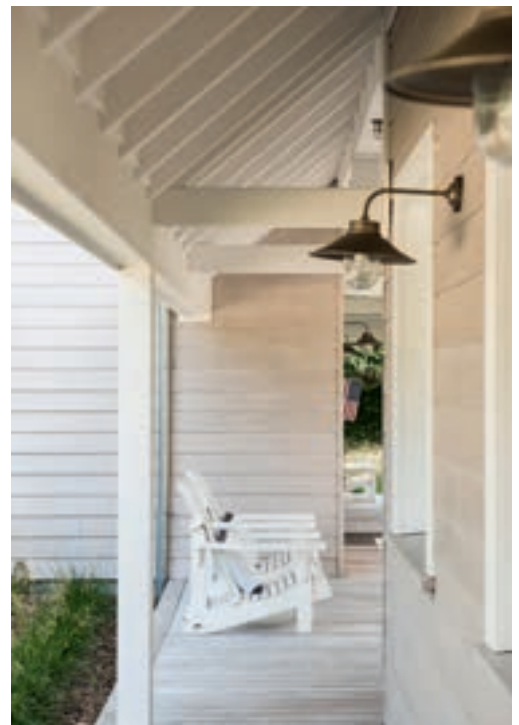


## Handgeknoopte tapijten

Vantygheem, Torhoutbaan 1, 8480 Ichtegem

Michèle 0493/704887





Een Mi Casa woning is zoveel meer dan een dak boven het hoofd. Mi Casa blinkt al 29 jaar lang uit in service en detail, die staan voor een herkenbare architectuur met sfeervolle interieurs en een aangenaam vakantiegevoel in je dagelijkse huis.

Bezoek onze kijkwoning in Maldegem op afspraak, iedere zondag van 13u tot 17u.

Mi  
Casa.  
The warm charm of wood

KIJKWONING - Koning Albertlaan 46/B - 9990 MALDEGEM

[www.micasa.be](http://www.micasa.be)



## BRENG BUITEN BINNEN

De interieurwereld is onderhevig aan grootschalige veranderingen door externe factoren zoals de coronapandemie en de stijgende energieprijzen. De grootste bouwbeurs van het land 'Batibouw' fungeert reeds decennia als tussenpersoon voor klanten en professionals en brengt in deze hoedanigheid steeds de laatste trends naar voor. We praten met Frédéric Devos, Batibouws' CEO, die ons verklaart welke stijlen en elementen we straks mogen verwachten in hedendaagse woningen. En één aspect valt op: het is back to the basis of nature – de natuur komt in het interieur.

TEKST: MIRTE SPAEY - FOTO'S: BATIBOUW

Batibouw bestaat al sinds 1960 en is welgekend in België. Toen Frédéric Devos het team bijtrad drie jaar geleden, wou de beurs zichzelf heruitvinden. "Batibouw is een beurs die iedereen wel kent, dus het was een uitdaging om ons imago te veranderen. We zien onszelf namelijk evolueren naar de rol van 'matchmaker'. Die term dekt de lading het beste," zegt Frédéric, "want wij zijn voortaan de tussenpersoon die professionals en klanten in contact brengt met elkaar voor interieurprojecten."





## KLEINE HUIZEN GROTE RAMEN

Huizen worden kleiner en ramen worden groter. Het lijkt op het eerste gezicht misschien wat contradictorisch, maar niets is minder waar. “De gemiddelde woning in België is op een paar jaar tijd spectaculair gekrompen in aantal vierkante meters en die trend gaat zich nog verderzetten in de toekomst”, zegt Frédéric. In 1990 was een woning bij ons gemiddeld 222 vierkante meter groot, tegenover 125 vierkante meter in 2020. “We willen elke ruimte nu optimaal benutten, maar vroeger was er een heel andere mentaliteit. Denk maar aan de villa’s uit de jaren ’70 met een zolder die als opslagplaats diende in plaats van als leefruimte. Die tijden zijn voorgoed voorbij. Ook onder de architecten is er een mentaliteitsshift: je zal niet snel iemand vinden die nog zo’n overdreven grote huizen wilt ontwerpen. Architecten vinden het belangrijk om de consument er bewust van te maken dat elk gebouw een impact heeft op de wereld.” Niemand wilt echter met een claustrofobisch gevoel door het huis lopen. Een simpele manier om een klein huis groter te doen lijken, is door grote raampartijen te plaatsen. “Ramen wekken de illusie dat een ruimte veel groter is dan ze eigenlijk is en geven de bewoners een connectie met de buitenwereld”, zegt Frédéric. Ook in je veranda of op je overdekte terras kan extra lichtinval voorzien worden met prachtige raampartijen te werken. Zo kan je tijdens de koudere maanden ook nog genieten van de buitenwereld.

Een tweede voordeel van grote raampartijen, is het positieve effect ervan op de gemoedstoestand. “Als mensen zijn we gemaakt om in de openlucht te leven met veel bewegingsvrijheid en daglicht, en niet in kleine donkere kamers. Er zijn heel veel studies gedaan naar de link tussen daglicht en de stemming van mensen en die wijzen uit dat natuurlijk licht een erg positieve impact heeft op de gemoedstoestand. Als we te weinig buitenlicht krijgen, worden we somber of in extreme gevallen zelfs depressief.” Ook voor je mentale gezondheid kies je dus best voor grote ruiten.

Grote ramen kunnen tenslotte ook voordelig zijn voor de portemonnee. “Grote glaspartijen hebben in de winter het voordeel dat ze de woning gratis verwarmen met natuurlijke zonnewarmte. Daarom moet je ramen kiezen met een goed evenwicht tussen de isolatiewaarde en de warmtedoorlatingsfactor, want ramen die te sterk isoleren hebben dit voordeel niet. Ik vind dat consumenten zich soms te veel blindstaren op de isolatiewaarde, aangezien wat warmtedoorlating net voordelig kan zijn. Zulke ramen die wat warmte doorlaten, moet je natuurlijk wel combineren met zonneschermen langs de buitenkant om de warmte in de zomer buiten te houden.” Het enige addertje onder het gras, is het onderhoud. Grote vensters betekent veel poetswerk. “In mijn ogen weegt dat onderhoud niet op tegen alle voordelen”, besluit Frédéric.



## KNUS BIJ DE HAARD

Nu de energieprijzen de pan uit swingen, zijn mensen haastig op zoek naar alternatieve vormen van verwarming dan gas of elektriciteit voor de herfst en winter. Ook daarvoor zoeken we oplossingen in de natuur. “Alle mensen die zich kunnen veroorloven, investeren nu massaal in zonnepanelen”, zegt Frédéric.” Verwarmen met zonne-energie is gratis eens je natuurlijk geïnvesteerd hebt in zonnepanelen. “De orderboeken van zonnepaneelbedrijven zitten bijna een jaar op voorhand al vol. Verder zien we ook een enorme opkomst van pelletkachels. De grondstoffen van een pelletkachel zijn namelijk plots financieel interessanter dan klassieke vormen van verwarming op basis van gas of elektriciteit.” Verder kent dit soort kachel nog drie andere grote voordelen. Pelletkachels zijn een vrij duurzame verwarmingsbron in vergelijking met andere kachels. Energieneutraal zijn ze niet, maar de brandstof is wel gemaakt van natuurlijk afvalhout of ander organisch restmateriaal zoals maisplanten. Duurzaamheid is volgens Frédéric echter niet de hoofdreden waarom Belgen zoveel pelletkachels kopen. “De gemiddelde Belg staat wel open voor duurzaamheid en milieubewustzijn, maar enkel zolang de impact op haar/zijn portemonnee niet te nefast is (lacht). Het financiële aspect van verwarming komt nog steeds op de eerste plek en dat is waarom mensen volgens mij nu zoveel investeren in pelletkachels.” Toch is het een mooie bonus van deze warmtebron. Frédéric wijst op nog een derde voordeel van pelletkachels. “Pelletkachels bieden veel comfort en een thuisgevoel. De gezelligheid die een kachel toevoegt aan een ruimte valt echt niet te onderschatten. De warme oranje gloed van de vlammen schept een gemoedelijke sfeer thuis, zeker in de winter. Een warmtepomp heeft die gezelligheidsfactor natuurlijk niet.” Tenslotte vragen zulke kachels relatief weinig onderhoud: reinigen moet slechts af en toe en veel kachels moet je maar één keer per dag bijvullen met pellets. Dat maakt hen de ideale aanschaffing voor je woning in de herfst en winter!

## ON HOLD

De energieprijzen hebben niet enkel een impact op verwarmingsbronnen, maar ook op renovatieprojecten. “We merken duidelijk dat hoe groter het project is en dus het financiële engagement van de consument, hoe sneller mensen dat project on hold zetten. Dat komt door de stijgende prijzen van bouwmaterialen en de onzekerheid van de energieprijzen. Bij grote, structurele werken zoals keuken- of badkamerrenovaties vragen mensen zich af of het wel verstandig is om die nu uit te voeren.” Die nieuwe keuken of badkamer laat bij velen dus nog even op zich wachten.



## DE VERDWIJNING VAN DE MIDDENKLASSE

Het stilleggen van renovatieprojecten is te verklaren door de financiële moeilijkheden die veel mensen nu ervaren. Bij het inrichten van een woning, kiezen steeds minder mensen voor producten uit de middelste prijsklasse. “De middenklasse is compleet aan het wegebben”, zegt Frédéric. “Een grote groep mensen uit de middenklasse is namelijk naar beneden geschoven op de sociale ladder en heeft het financieel moeilijk met de huidige energieprijzen. Daar tegenover staat een kleine, maar kapitaalkrachtige groep die net omhoog is geklommen op de sociale ladder. Ik hoor dan ook van verschillende exposanten die mikken op het luxesegment dat luxemerken het bijzonder goed doen, terwijl het middensegment verdwijnt. Nu kiezen mensen meestal voor enerzijds een instapmodel of anderzijds net voor een luxeproduct.”



## BACK TO BASICS

Ook bij de keuze van materialen is de natuur momenteel een grote inspiratiebron. “We zien een heropleving van natuurlijke materialen zoals hout en beton. De ‘back to basics’-trend domineert veel Europese interieurs: mensen zoeken manieren om de natuur en de buitenwereld naar binnen te halen. Deze trend vertaalt zich zowel in grote stukken als in decoratieve elementen zoals sfeerverlichting. Ook in het exterieur zoeken mensen een natuurlijke sfeer op via groendaken en verticale tuinen: het is dé manier om woningen zonder (grote) tuin toch een groen kantje te geven.”

## DE KORTE KETEN

Bij de aankoop van interieurartikelen doen Belgische fabrikanten het nu wat beter dankzij het groeiende milieubewustzijn van Belgen. “Belgen zijn steeds meer overtuigd van het belang van de korte keten waarbij er een (bijna) rechtstreekse relatie is tussen de producent en consument. Als een product van de andere kant van de wereld goedkoper is, dan is de impact van die aankoop op het milieu het volgens steeds meer mensen niet waard. Althans, tot op een bepaald niveau is dat zo. Als het prijsverschil tussen een binnen- en buitenlands product te groot is, zal de Belg wellicht nog steeds voor de oplossing kiezen die het goedkoopste is, ongeacht de impact ervan op het milieu.”



## FLEXWONEN

Tijdens de coronapandemie werkten veel mensen van thuis uit, en ook dat veroorzaakte een nieuwe trend in de interieurwereld. “Omdat we thuis moesten werken en leven, vervaagde het onderscheid tussen privéruimte en professionele ruimte. Een groot aantal mensen had last van dat gebrek aan afbakening en ging op zoek naar tijdelijke en modulaire oplossingen om beide zones gescheiden te houden. Zo zijn bijvoorbeeld tuinkamers razend populair geworden: bureaus die als een container in de tuin geplaatst werden. Ook andere tijdelijke oplossingen vallen in de smaak, zoals tiny houses en containerwoningen of modulaire units in de natuur. Omdat zo'n gebouw niet permanent is, is het een engagement dat velen durven aangaan.”. Outdoor projecten zijn zowel geschikt voor privégebruik, bijvoorbeeld in de vorm van een poolhouse of thuishkantoor, als voor professioneel gebruik als bijvoorbeeld een vip lounge of showroom. Flexibel leven was nog nooit zo gemakkelijk!



Op lange termijn denkt Frédéric echter dat andere soorten woningen weer in populariteit zullen toenemen. “We weten dat nieuwbouw niet de lange termijnoplossing is voor onze planeet. Ik verwacht dat zulke modulaire woningen de komende twee, drie jaren nog in opmars gaan zijn en nadien plaats gaan moeten maken voor structurele oplossingen. België staat al vol gedateerde en onnodig grote woningen, dus vooral renoveren zal belangrijk zijn.”

## SOBER OF BOMBASTISCH

Frédéric woonde vorige week de tiendaagse Maison et Objet beurs bij in Parijs. Deze vakbeurs voor interieurdesign is een van de grootste en belangrijkste in Europa en de place to be voor alle designers en interieurmerken. Het is ook de ideale plek om de laatste interieurtrends op te snuiven. Frédéric merkte er twee uiteenlopende strekkingen op qua designstijlen. “De eerste trend is de betaalbare en sobere Scandinavische stijl, waarbij gewerkt wordt met neutrale kleuren en natuurlijke houtsoorten. De ruimtes bestaan veelal uit eenvoudige lijnen en lichte kleuren. Deze trend is niet nieuw, maar blijft opvallend genoeg standhouden. We zien binnen deze trend wel een verschuiving van het kleurenpatroon. Tot ongeveer een jaar geleden was zwart erg populair, maar nu zien we een opkomst van wit. De tweede strekking die ik opmerkte, is compleet het tegenovergestelde: een kitscherige en extravagante stijl. Denk aan felle, schreeuwerige kleuren en over the top meubels. Twee complete tegenpolen dus.”



## DOE INSPIRATIE OP

Batibouw lanceerde dit jaar in mei de Batibouw Experience: een nieuwe beurs met acht inspirerende ruimtes gecreëerd door professionele binnenhuisarchitecten. In elke ruimte waren innovaties, trends, bouwoplossingen en lezingen te ontdekken om je te inspireren en je vragen over bouwprojecten te beantwoorden. “Op de beurs willen we bezoekers nu veel meer een ervaring aanbieden en mensen de nodige informatie verschaffen over hun project.” Dit jaar focusten de ruimtes op de belangrijkste elementen van nu: water, energie en nieuwe manieren van wonen. De ruimtes waren: Flex Living met alles over flexwonen, Matchmaking, een Interactive Social Media Wall met alle nieuwtjes van Batibouw, een Conference & Seminar Room, Interior Design & Trends, Virtual Reality en Brand Avenue Kitchen Appliance. Tenslotte was er nog de Immersive Champagne Bar voor een gezellige en verfrissende pauze tussendoor. Deze beurs is een gebalanceerde mix van informatie, inspiratie en plezier voor iedereen met een interesse voor interieur. Hou de website van Batibouw dus in de gaten als je de volgende beurs wilt beleven!



Meer info: [www.batibouw.be](http://www.batibouw.be)

# VERANCO “MEER DAN OOIT ONTSTAAT EEN DROOMBEELD VIA EEN VERANDA, TERRASOVERKAPPING OF POOLHOUSE”

Weinig producten evolueerden de voorbije decennia meer dan veranda's en terrasoverkappingen. En dat in een markt die als bijzonder kenmerk heeft dat eigenlijk niemand, als je het héél cru stelt, echt een veranda of pergola nodig heeft. Zonder leven en wonen is perfect mogelijk.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: VERANCO





Wat zorgt ervoor dat veranda's, terrasoverkappingen, poolhouses of pergola's zo indrukwekkend boomen? Tekst en uitleg zochten en vonden we bij Veranco, een specialist in dergelijke constructies. Het in 1983 ontstane familiebedrijf uit Sint-Niklaas is één van de Belgische pioniers op deze markt en is een specialist als het gaat om aluminium woonuitbreidingen en pergola's. Hier geven elke dag een honderdtal vaklui, zowel mannen als vrouwen, het beste van zichzelf om de droom van de diverse klanten te realiseren.

Tom Van Coillie van Veranco heeft weinig moeite om het succes te duiden. Uiteraard moet het gaan om een technisch perfect product, maar de meerwaarde realiseer je omdat je een droom tot leven laat komen. Je biedt je klant veel meer dan zomaar een product, maar stapt mee in een emotie, een beleving...

## BELEVINGSRUIMTES

“Meer dan ooit realiseer je vandaag een droombeeld dankzij een veranda, terrasoverkapping of poolhouse”, legt hij uit. “Je moet deze constructies zien als belevingsruimtes. Dit is, bijvoorbeeld, de plaats waar je ’s winters knus een boek leest, terwijl je het gevoel hebt buiten in de sneeuw te zitten. Of het gaat om een buitenkeuken, waar je feesten organiseert en je kookkunsten etaleert. En dit op een plaats waar je samen met vrienden en familie eet, lacht, weent en vooral nieuwe herinneringen creëert. Kortom, het gaat om een fantastische extra ruimte aan je huis, aan je thuis.”



Bij een belevingsproduct is het van bijzonder groot belang de klant nauwgezet te begeleiden. Zelfs de kleinste details moeten goed zitten om van een droom naar een gerealiseerd project te gaan. Dat heeft men bij Veranco zeer goed begrepen, Tom Van Coillie legt uit hoe een en ander in zijn werk gaat in Sint-Niklaas: “Een hoogst belangrijke eerste stap is dat je vragen stelt en nauwgezet luistert naar je klant. Elke verkoper in ons bedrijf is doordrongen van het enorme belang van deze fase om tot een geslaagd project te komen. Het mag dan al evident lijken, het belang ervan mag nooit onderschat worden!”

Daarop komt onze gesprekspartner verrassend uit de hoek. Je zou verwachten dat men nauwgezet luistert naar de klant en dan uitvoert waarvoor die aanklopte. Niet zo bij Veranco, waar men zelfs durft te stellen dat 90% van de klanten iets totaal anders koopt dan waarvoor men initieel aanklopte. Dit vraagt om wat meer uitleg.

“Je moet zéér ruim de tijd nemen, wil je begrijpen hoe de nieuwe ruimte zal gebruikt worden. Je moet vooral ook polsen naar wat de échte wensen zijn en wat men vreest. Daarnaast moet je rekening houden met de technische haalbaarheid, welke combinatie van wensen het hoogste belang heeft, welke compromissen er eventueel moeten gemaakt worden... Ik hoef hier niet uit te leggen dat dit een intens proces is;”

“Wat we vaststellen, is hoe heel wat klanten niet weten welke de mogelijkheden zijn. Daarom gaan we samen

op zoek naar de beste oplossing binnen een duidelijk afgelijnd budget. Dit is een diepgaand en creatief traject, waarbij we de klant zeer goed leren kennen. Het belang van dit leren kennen kan en mag niet onderschat worden. Wil je tot het best mogelijke eindresultaat komen, dan moet je het nodige vertrouwen in elkaar opbouwen als partners. Dit is er ook de reden voor dat de verkoper doorheen het ganse traject de vaste contactpersoon blijft voor de klant. Zo blijft de band die opgebouwd is tijdens het eerste traject behouden en na de installatie komt de verkoper zelfs nog met een attentie langs. Tijdens dat bezoek polst hij of zij meteen welke nazorg er nog nodig is.”

## EVOLUTIES OP DE MARKT

In de kaderstukken wordt dieper ingegaan op de gebruikte terminologie en wordt de Veranco-manier van werken geïllustreerd via een recent voorbeeld uit de praktijk. Wat we eerst nog willen te weten komen, is welke evoluties dezer dagen in het oog springen.

“Er zijn twee duidelijke trends. De eerste bestaat uit een stijgende vraag naar poolhouses. Een tweede evolutie is de opmars van de renovatiewerken.”

“De grotere vraag naar poolhouses wordt uiteraard ingegeven door het feit dat die heel wat verschillende functies kunnen hebben. Dit zijn ruimtes die dienst kunnen doen als tuinkantoor, hobbyruimte, home cinema, bar, ‘man of woman cave’, aperitief- of ontspanningsruimte, tot zelfs het voorzien van een indoor golfsimulator. Bij poolhouses kunnen we andermaal een gedeelte isoleren en er een pergola in integreren. Zelfs het toevoegen van de technische ruimte van een zwembad is verre van ondenkbaar.”

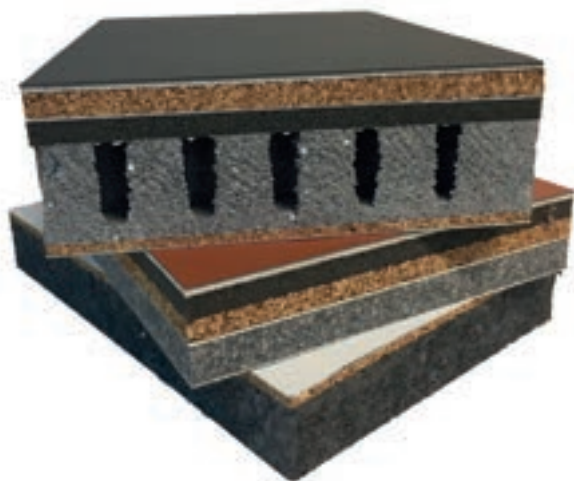
“Dat renovatie in de lift zit, geldt voor alle sectoren van de bouwwereld. Kijk je specifiek naar veranda's in België, dan zul je vaststellen dat heel wat van deze constructies 15 tot 25 jaar oud zijn. De structuur van deze veranda's is nog zeer goed tot uitstekend, maar je ziet telkens wel de dakbedekking polycarbonaat terugkomen en laat net dat materiaal niet het meest geschikt zijn voor een veranda. Dezelfde drie klachten komen telkens terug: in de zomer verandert de veranda in een sauna, in de winter vriest het bijna binnen en wanneer het regent, is het lawaai oorverdovend.”





## ISOLERENDE DAKPANELEN ALS UNIEKE TROEF

Het belang van deze renovatiemarkt is Veranco uiteraard niet ontgaan. Als ontwikkelaar van sterk isolerende dakpanelen, die het gebruikt in zijn nieuwe veranda's, heeft men de ideale oplossing achter de hand.



“Heel wat collega's zullen al snel beweren dat enkel een nieuwe veranda voor de juiste oplossing zorgt. Dit klopt hoegenaamd niet, het enige wat je hoeft te doen, is het polycarbonaat vervangen door onze sterk isolerende dakpanelen. Doe je dit, dan los je de drie problemen die ik schetste volledig op, en dit voor een fractie van de prijs van een nieuwe veranda. We zijn zelfs met steden en gemeenten in gesprek om op deze manier onze bijdrage te leveren aan het voor een beperkt budget energiezuinig maken van heel wat woningen.”

“Op deze sterk isolerende dakpanelen zijn we behoorlijk trots omdat ze een unieke troef vormen op de markt. Onze R&D-afdeling gebruikte heel wat innovatieve technieken en materialen, waardoor we de klant enorme voordelen kunnen aanbieden. Hierbij heb ik het onder meer over het gebruik van afwerking met composieten, geïntegreerde kurklagen, akoestische dempingslagen, enzovoort...”



**Wat is wat? Een woordje uitleg over de terminologie**

We nemen nogal gemakkelijk de termen veranda, terrasoverkapping, woonuitbreiding en pergola in de mond. Maar hoe onderscheidt de ene constructie zich van de andere? In de terminologie verdwaal je gemakkelijk, vandaar dat we ook polsten naar 'wat wat is'.

Eigenlijk gaat het om twee grote groepen die onderscheiden moeten worden. Aan de ene kant heb je de geïsoleerde leefruimtes, aan de andere de niet-geïsoleerde constructies.

**Geïsoleerde leefruimtes**

"Geïsoleerde leefruimtes omvatten heel wat. Gaat het om woonuitbreidingen, leefveranda's, tuinkamers, extensies of gewoon veranda's, dan zijn dit allemaal sterk geïsoleerde ruimtes waar je in de winter gezellig je koffie drinkt of tv kijkt", weet Tom Van Coillie. "De stijl kan volledig worden aangepast aan de woning en de wensen van de klant. Aluminium is bijzonder goed geschikt om tot in de kleinste details een bepaalde stijl te integreren."

"De daken van deze constructies hebben de grootste impact op een veranda en dus zal het niet verwonderen dat er tal van mogelijkheden zijn. Vier verandadaken zijn het meest populair: platte daken met een lichtstraat, platte daken zonder lichtstraat, volledig glazen daken en daken waarin sterk isolerende dakpanelen gecombineerd worden met dakglas."

"Ook de connectie met de tuin is voor heel wat klanten belangrijk. Daarom bekijken we samen de beste raampartijen. Daarmee kunnen grote glaspartijen of openingen worden gecreëerd om de tuin naar binnen te trekken of de leefruimte naar buiten te brengen."

**Niet-geïsoleerde constructies**

"Totaal anders zijn de niet-geïsoleerde constructies. Hier spreken we over pergola's, terrasoverkappingen, outdoor living en carports. De essentie bij dit verhaal is dat we een terras of deel van de tuin overkappen en de klanten het nodige comfort dat ze zoeken, bezorgen. Dit kan uiteenvallen in diverse zaken: het hebben van een droog terras gedurende het ganse jaar, de creatie van een schaduwplek, bescherming tegen de wind, het blokkeren van de laaghangende zon, het voorzien van privacy, de mogelijkheid bieden om bij regen comfortabel buiten te eten, het voorzien van een extra verwarming en sfeerverlichting, enzovoort.

"In dit geval zijn de wensen van de klant soms heel omvangrijk en moeten we intensief meedenken om alle belangrijke wensen te kunnen combineren in één mooi project, binnen het vooropgestelde budget. De markt van outdoor living is de laatste jaren zeer sterk gegroeid en onze R&D afdeling zat dan ook niet stil. We bieden een breed gamma aan, soms met producten die vrij uniek zijn, soms zelf gepatenteerd."

**Zes soorten terrasoverkapping**

We onthouden dat Veranco zes soorten terrasoverkapping ontwikkelde. Daarmee beschikt het bedrijf over een unieke positie op de markt.

"We stellen een oplossing voor, niet louter een product. Als klanten niet kunnen kiezen, kunnen we de veranda's uiteraard perfect combineren en integreren met de terrasoverkappingen. Hierdoor krijg je een unieke combinatie en beleving."

"Heel vaak zullen onze verkopers trouwens iets volledig anders voorstellen dan wat de klant initieel had gedacht. Waarom we dit doen? Vooral omdat we eerst zeer goed willen luisteren en begrijpen wat en waarom de klant iets wenst. Nadien bekijken we de technische situatie bij de klant en stellen we op basis van deze beide zaken, rekening houdend met het budget, een oplossing voor."

**Luisteren naar de klant gaat heel ver. Een praktijkvoorbeeld...**

Omdat woorden wekken, maar voorbeelden trekken, vroegen we Veranco om via een waargebeurde case de manier van werken te illustreren. We krijgen te horen hoe een koppel binnenstapte in de toonzaal in Sint-Martens-Latem. De man en de vrouw waren bezig met de ruwbouw van een moderne woning en hadden bij vrienden thuis genoten van vele avonden onder een pergola met kantelbare lamellen. Dit vonden ze fantastisch, ze wilden het absoluut ook gebruikt zien worden bij hun nieuwe woning.

“Als een klant met een dergelijke vraag aanklopt, zou je denken dat een verkoper de pergola met kantelbare lamellen toont, de mogelijke kleuren voorstelt, de spots duidt, eventuele opties uitlegt en een demonstratie in de toonzaal geeft. Dit wordt dan gevolgd door een mooie offerte”, legt Tom Van Coillie uit.

“Niets was minder waar bij Veranco. We zaten rond de tafel met het koppel en hadden een zeer goed gesprek over een mogelijke terrasoverkapping. Eigenlijk kropen we letterlijk in het hoofd van de klant om alle ideeën, ervaringen, wensen en de nodige Pinterest-ingevingen samen te vatten. We wilden weten hoe zij hun terras zouden gebruiken in de winter, in de zomer, wanneer het regent, wanneer het bewolkt of zonnig is, als er volk over de vloer komt,... Deze informatie legden we naast de bouwplannen, de oriëntatie, de mogelijke inblik van de eerste etage van de burens en tal van andere parameters, waarna we de mogelijkheden bekeken.”

**Vastleggen van parameters**

“Het resultaat van onze evaluatie leverde voor deze klant vijf uiterst belangrijke parameters op, waar de man en vrouw niet wilden van afwijken. Ze wilden respectievelijk het volgende: een droog terras gedurende het ganse jaar, permanent zeer veel daglicht in de keuken en living, het hebben van volwaardige schaduw, onderhoudsvriendelijkheid en integratie in een moderne, fijne en platte dakstructuur. Deze vijf parameters zetten we af tegenover de voorgestelde pergola met de kantelbare lamellen. Wat bleek? Deze soort pergola voldeed niet aan de vijf punten. Bij deze pergola moet je namelijk een keuze maken: wil je een droog terras of wil je integendeel licht in je huis binnenkrijgen? En dat terwijl de pergola de volledige achtergevel zou beslaan, net daar waar de keuken en de living hun licht binnenkrijgen.”

“De klant vond dit zeer vervelend, maar begreep onze redenering perfect. Omdat het koppel geen compromissen wilde sluiten en bepaalde wensen laten vallen, verkenden we samen een mogelijk beter alternatief en deze tweede optie is net wat de klant koos. De verkoper stelde een oplossing voor, waarbij de vijf wensen konden gecombineerd worden, zonder enig compromis. In dit geval plaatsten we onze pergola Jade, waarbij een fijne, moderne dakopbouw gecombineerd wordt met ingewerkt opaal glas. Dit gaf de volgende voordelen: zowel in de winter als de zomer een droog terras, geen lichtverlies in huis (ook niet bij donkerdere dagen), een schaduw zoals een parasol (97% UV bescherming), geen gemotoriseerd dak en geen zicht op eventueel vuil en een plat, modern en fijn dak met een opbouw van 21 cm. De klant koos dus uiteindelijk voor een ander concept van de pergola, maar via de uitgebreide vraagstelling en het meedenken met de klant boden we wel een oplossing waar het koppel 365 dagen per jaar tevreden mee is. Het illustreert perfect waar het bij ons om draait: als ontwikkelaar van aluminium profielsystemen en pergola- en verandaconcepten moet je het meer doen dan louter de pergola met de allerbeste kwaliteit plaatsen. Doe je niet de moeite om ook het juiste concept te kiezen, dan heb je volgens ons je werk niet goed genoeg gedaan!”

**Extra medewerkers gezocht**

De sterke groei van Veranco houdt aan en daarom gaat men op zoek naar extra medewerkers. Men moedigt onder meer goede verkopers, tekenaars, calculators en productiemedewerkers op contact op te nemen. Het bedrijf geeft daarnaast nog mee dat er vergevorderde plannen bestaan om op korte termijn twee extra toonzalen te openen in de provincies West-Vlaanderen en Antwerpen.

Meer info: [www.veranco.be](http://www.veranco.be)





SUNDAZE BY  
ALUVISION:  
EEN VERHAAL  
VAN AMBITIE,  
UITDAGINGEN  
EN GROEI.

**“INNOVATIE ALS  
MOTOR VOOR DE  
ONTWIKKELING  
VAN EEN  
ARCHITECTURAAL  
OUTDOOR LIVING  
GAMMA.”**

Ben je op zoek naar een aangename buitenunit om vaker van je tuin te kunnen genieten? Wil je een privé vakantieparadijs in de achtertuin of een outdoor werkplek creëren? Maak dan kennis met Sundaze, het outdoor living gamma van Aluvision, wereldwijde producent van modulaire oplossingen voor events, indoor en outdoor living.

TEKST: JEREMY BLOMMAERT - FOTO'S: SUNDAZE BY ALUVISION



## LET'S IMAGINEER

Aluvision werd opgericht in België in 2003 door het ondernemerskoppel Ann Vancoillie en Dirk Deleu. "Vanuit jarenlange ervaring en expertise in de standenbouw hebben we Aluvision opgericht met als doel het produceren en vermarkten van een herbruikbaar systeem van aluminium frames en LED tegels om standen snel, efficiënt en duurzaam op te bouwen. Onze oplossingen worden op vandaag met groot succes wereldwijd ingezet door standenbouw, event en AV bedrijven die ecologisch verantwoord willen bouwen zonder in te boeten aan kwaliteit en flexibiliteit.

Ondertussen ontwikkelt Aluvision al bijna twee decennia lang revolutionaire nieuwe producten. Onder de slogan 'Let's imagineer' - een samentrekking van imagination en engineering - wordt out of the box gedacht en creëren we ook nieuwe kansen in bestaande markten. Zo is bijvoorbeeld het outdoor living gamma 'Sundaze' ontwikkeld."



## OUTDOOR LIVING

Onder de merknaam Sundaze by Aluvision produceert het bedrijf sinds een paar jaar pergola's en cabana's om vrijstaand in de tuin of aansluitend aan je woning te plaatsen. Het zijn architecturale structuren met een uniek en slank ontwerp, uitstekende kwaliteit en hoge installatie efficiëntie. Met Sundaze by Aluvision wordt de beleving die je in huis hebt mee naar buiten gebracht, op een innovatieve manier. De naam verwijst enerzijds naar de functie van de terrasoverkappingen als zonwerende oplossing, maar legt anderzijds ook de link met 'Sunday', want op een zondag heeft iedereen net dat ietsje meer tijd om te relaxen en van het buitenleven te genieten.

Er werd bewust afgestapt van rechthoekige blokken met zware hoekpilaren, zoals je ze wel vaker ziet, en gekozen voor een dynamischer en eleganter ontwerp met een verscheidenheid aan mogelijkheden. Zoals bv shutter wanden waarvan het bovenste, middelste of onderste segment apart open of dicht kan. Dit geeft de mogelijkheid tot maximale privacy, terwijl het zonlicht toch binnen kan. Vaste dakelementen of een vouwdak, beweegbare of vaste wandelementen, schuifdeuren volledig in glas of aluminium en kleur naar keuze... je kan je pergola of cabana volledig personaliseren.





## PURO

Met het Puro gamma biedt Sundaze by Aluvision de ultieme buitenstructuur voor elke residentiële-, horeca- of andere commerciële buitenomgeving. Ben je een huiseigenaar die een privé vakantieparadijs in de achtertuin wil creëren of de outdoor entertainment wil uitbreiden? Misschien bent je wel op zoek naar de perfecte schaduwconstructie, cabana of elegante ontspanningsruimte voor je klanten die jouw zaak een unieke toets geeft? Sundaze is het antwoord op uw behoefte!

Puro geeft je de keuze uit twee basis units. Een **Sundaze Box unit** geeft je een ultiem vakantiegevoel dankzij de complete setting van vloer tot plafond. Voeg een vloerinvulling naar eigen keuze toe, speel met verschillende materialen en kleuren om je perfecte buitenruimte te creëren. Met zijn modulair design kan je de leefunit vormgeven zoals je wenst. Creëer een aangename lounge in je tuin, de perfecte plek om te zitten, te relaxen, te eten of te lezen. Voor jezelf of met vrienden en familie.

Een **Sundaze Bay unit** bakent een leefomgeving af op je terras die het ultieme vakantiegevoel tot leven brengt zonder je tuin te moeten verlaten. Geniet van een verfrissend zomerbriesje of het ritselen van de herfstbladeren. Het is een ontspannende plek om op elk moment tot rust te komen. Mix en match kleuren & materialen. Waarom combineer je geen natuurlijk hout met zwart of wit aluminium voor een warme uitstraling? Bij elk van de units heb je talloze invulmogelijkheden, van vaste of bewegende wandelementen over volle of open daken tot het inpassen van LED verlichting."



## WERELDWIJDE ERKENNING

Productontwerp gedreven door elegantie, precisie en vakmanschap zorgt voor unieke architecturale ervaringen en resulteert in wereldwijde erkenning: de Sundaze outdoor living collectie won de 2021 German Design Award, de 2021 iF Design Award, evenals de North American 2020 Gold Award voor Most Valuable Outdoor Product.

De verkoop van het Sundaze gamma verloopt via een internationaal netwerk van ruim 60 partners waar je ook een unit kan bezichtigen. Het verkooppunt dichtst bij jou in de buurt kan je makkelijk terugvinden via de Sundaze website. Op afspraak kan je ook steeds een kijkje nemen in de showroom bij Aluvision in Deinze (BE).



Meer info: [www.sundaze-outdoor.com](http://www.sundaze-outdoor.com)





# MEER VAN HET BUITENLEVEN GENIETEN MET SLIDING GLASS

Een veranda of tuinkamer lijkt de perfecte oplossing om meer woonruimte te creëren en om volop kunnen te genieten van de omgeving zonder last te hebben van de weersomstandigheden. Er is echter één groot nadeel: welke oplossing men ook kiest, het kan niet zonder in te boeten op 'het zicht' naar buiten toe. Met het concept van Sliding Glass is dat probleem meteen van de baan. "Ons innovatieve systeem met schuifbare glaspanelen zorgt net voor meer contact met de omgeving", vertelt zaakvoerder Steven Vanhoegaerden. "Bovendien laat het toe om de openheid ervan te regelen in functie van alle weersomstandigheden."

TEKST: WIM VANDER HAEGEN – FOTO'S: SLIDING GLASS / STEVEN MASSART

## INSPIRATIE IN FINLAND

Als derde generatie in het familiebedrijf van Steven, was hij altijd op zoek naar nieuwigheden in de interieurwereld. Studio DP is niet alleen een designstudio, maar ook een maakatelier en inrichter van totaalprojecten. De klant wordt volledig ontzorgd en kan voor alles bij één en hetzelfde bedrijf terecht. Toen vijftien jaar geleden voor een nieuw project een afsluiting nodig was voor een buitenterras, werd de kiem gelegd voor Sliding Glass. "Initieel wilden we gebruikmaken van een klassiek schuiframensysteem zoals dat bij veranda's gangbaar is, maar het bleek dat de klant iets anders voor ogen had. Het terras moest niet alleen wind- en waterdicht zijn, het was ook de bedoeling dat er zo weinig mogelijk profielen te zien waren. Om de wens van de klant te verwezenlijken, speurden we meteen de markt af naar een geschikte oplossing. De aanzet daartoe hebben we gevonden in Finland waar veel houten huizen een patio hebben met glaspanelen als wind- en warmtebuffer. Op die manier wordt de voordeur afgeschermd van de koude wind en geniet je in de 'voorraimte' tegelijk van de warmte van de zon. We hebben dat idee als uitgangspunt genomen en zijn uiteindelijk na veel hertekenen, verbeteren en optimaliseren tot een passend concept gekomen."



## EIGEN PRODUCTIE

Het systeem kon de goedkeuring wegdragen van de klant en dat was meteen ook de aanzet om het op grotere schaal te introduceren. “Met succes! Oorspronkelijk besteedden we de productie uit, maar na verloop van tijd hebben we die in eigen handen genomen. Vandaag beschikken we in Sint-Truiden over een eigen productie-eenheid met volledig geautomatiseerde CNC-machines. Naast een optimale klantenservice zetten we bij Sliding Glass hard in op kwaliteit en dat is meteen de reden waarom we 100% zelf instaan voor de productie. Kwaliteit en service zijn immers dé criteria waaraan we alles aftoetsen.



## ZORGELOOS AF

Sliding Glass verzorgt elke opdracht van A tot Z met eigen mensen. “We nemen ook het opmeten én de installatie op ons. We laten echt niets aan het toeval over omdat we er zeker van willen zijn dat elk systeem dat in de Benelux wordt geplaatst, perfect aan onze eisen voldoet. Enkel op die manier hebben we de zekerheid dat de klanten plezier zullen beleven aan hun installatie. Ons systeem draagt in aanzienlijke mate bij aan een optimale beleving in een omgeving waar mensen zich kunnen ontspannen en tot rust komen. Of het nu om een tuin, een poolhouse, een overdekt terras of een wintertuin gaat, het is onze taak om er met ons product voor te zorgen dat het gevoel van relaxatie, comfort en genot nog verhoogd wordt. Mensen willen vandaag meer dan ooit genieten in hun eigen vertrouwde omgeving, zonder zorgen, en precies daarom maken wij dat elk project ‘zorgeloos af’ is.”

## DE ANTI-VERANDA

Sliding Glass dient zich aan als het perfecte alternatief voor de klassieke veranda. Meer zelfs: het verschil is danig groot dat Steven het zelfs de ‘anti-veranda’ noemt. “Elke veranda kenmerkt zich door een schuifraam. In het beste geval gaat het om een drievleugel die je samen kunt schuiven tot bijvoorbeeld 1 meter als je 3 meter (en dus 3 vleugels) hebt. Dat betekent evenwel dat de ruimte nog steeds voor 30% afgesloten is en dat het zicht bovendien verstoord wordt door het kaderwerk. Het klopt dat er vandaag minimalistische systemen op de markt zijn, maar ook dan blijft er nog steeds een kader van 6 à 7 cm rond elk glasprofiel. Bij ons is dat niet het geval. Bij THE ONE – vandaag het paradepaardje binnen ons gamma glazen schuifwanden – gaat het om één glaswand zonder kader en verticale profielen. Het voordeel is navenant: je behoudt 95% open ruimte, waardoor er geen afbreuk wordt gedaan aan enerzijds het uitzicht en anderzijds de eenheid en strakheid van het gebouw. Om een concreet voorbeeld te geven: een 8 meter brede glaswand bestaat uit 10 panelen die op amper 36 cm (!) worden dichtgeklapt. Op het moment dat je je systeem opent, zit je gewoon buiten in openlucht. Klap je de wand terug dicht als het ’s avonds wat killer wordt, dan heb je nog steeds een perfect uitzicht op de omgeving en voelt het aan alsof je nog altijd in de tuin of op het terras zit. Het heldere glas zonder kader geeft niet het gevoel dat er iets veranderd is in vergelijking met de ‘open’ situatie voordien. En net dat is het grote verschil met de klassieke veranda: wij zijn eigenlijk ... niet aanwezig. Een mooi bewijs daarvan is dat het ons best wat moeite heeft gekost om onze glazen wanden goed in beeld te kunnen brengen. Onze vaste huisfotograaf Steven Massart kan dit zeker bevestigen.”





## ENERGETISCHE TROEF

Het systeem met schuifbare glaspanelen kent een breed toepassingsgebied. "Sliding Glass kun je in principe overal installeren, dus ook in een appartementencomplex op pakweg de negende verdieping. Als je op dergelijke hoogte een terras hebt, ondervind je een groot deel van het jaar problemen om je tuinmeubelen netjes op hun plaats te houden. Met een Sliding Glass-wand heb je daar geen last van. Ook in minder aangename weersomstandigheden creëer je een wintertuin en ervaar je nog steeds het gevoel buiten te zitten, maar dan wel helemaal afgeschermd van weer en wind. Bijkomend voordeel van ons concept is het 'serre-effect'. Het minste voor- of najaarszonnetje warmt de ruimte op en dat is dan weer een pluspunt op energetisch vlak. Een voorbeeld uit eigen ervaring: als in het voorjaar een pril zonnetje schijnt, hoef ik 's avonds enkel de schuiframen te openen tussen mijn wintertuin en living. De warmte stroomt zo naar binnen, de verwarming opzetten is niet eens nodig. In vroegere tijden was de noodzaak misschien minder aanwezig, maar met de huidige energieprijzen is dat zonder meer mooi meegenomen. En om nog even terug te keren op de vergelijking met een veranda: ook het kostenplaatje is geen argument om een keuze te maken. Met Sliding Glass zitten we immers aan de prijs van een gewoon schuifraam."

## 100% MAATWERK

Evenzeer belangrijk is de veiligheid van de Sliding Glass producten. "Naast de esthetische voordelen garanderen we ook een bijzonder sterk systeem dat de hoogste kwaliteit probleemloos combineert met veiligheid voor bijvoorbeeld spelende kinderen. We werken altijd met veiligheidsglas van 10 of 12 mm dat 7 keer sterker is dan gewoon glas. Mocht er zich onverhoeds toch een probleem voordoen, dan valt het glas niet uiteen in gevaarlijk scherpe scherven, maar in talloze kleine brokjes, net zoals dat bij een autovoorraad het geval is. Het gebruik van veiligheidsglas in combinatie met ons systeem en de bijzonder stevige verankeringspunten maakt dat het resultaat bestand is tegen een windbelasting tot 234 km/u. We kopen ons glas aan bij een Belgische fabrikant en doen dat per project om ons ervan te verzekeren dat alles tot op de millimeter nauwkeurig is. Bij Sliding Glass is alles immers 100% maatwerk, wij werken niet met standaardafmetingen."

## ECOLOGIE IN HET VIZIER

Duurzaamheid en ecologie gaan hand in hand. Steven gaf al een voorbeeld van de energetische en bijgevolg ook ecologische meerwaarde van Sliding Glass. Maar ook op het vlak van productie levert het bedrijf de nodige inspanningen. “We maken gebruik van een waterstofcentrale om elektriciteit op te wekken. Wat wij uitstoten, is eigenlijk waterdamp. Ook qua grondstoffen proberen we zo ecologisch mogelijk te werk te gaan. Onze lakken zijn bijvoorbeeld allemaal watergedragen. Als eigentijds bedrijf gaan we vanzelfsprekend mee in het eco-verhaal, uiteraard zonder in te boeten aan kwaliteit”.



## STAP VOOR STAP

Hoe gaat een project nu precies in zijn werk? “Sliding Glass richt zich niet alleen tot professionele klanten zoals architecten, poolhousebouwers, tuinarchitecten en bouwprojectontwikkelaars, ook de particuliere klant is bij ons van harte welkom. Vaak verloopt het eerste contact online of via sociale media. We hebben een overzichtelijke website en zijn aanwezig op Facebook. Er kan 24 op 24 uur een bericht verstuurd worden waar we zo snel mogelijk op antwoorden. Wil je als potentiële klant onze producten toch liever fysiek zien? Geen probleem, we hebben in Tienen een mooie en ruime showroom waar iedereen uitgebreid kennis kan maken met Sliding Glass. Persoonlijk contact maakt integraal deel uit van ons servicepakket, dat is ook een punt waar we heel veel aandacht aan besteden. In eerste instantie verloopt het contact via de salesafdeling onder leiding van Lise, onze ‘head of sales’. Onze sales mensen zijn uitstekend opgeleid en luisteren grondig naar de wensen van de klant. Hetgeen besproken is wordt in een offerte gegoten die ook door de salesafdeling wordt opgevolgd. Gaat de klant akkoord met deze initiële offerte dan neemt onze technisch adviseur Kristof de zaak in handen. Hij zorgt voor de opmeting en bespreekt de precieze technische punten zoals het aantal panelen, de kleur, de draairichting, de details van de plaatsing enz. met de klant. Deze info wordt dan doorgegeven om vervolgens de definitieve en gedetailleerde offerte op te maken volgens de besproken wensen en mogelijkheden. Op het moment van de bestelling wordt het dossier doorgegeven aan onze backoffice, waarvan Sophie de leiding op zich neemt. Zij onderhoudt het contact met de klant tot en met de oplevering, staat ook in voor het volledige beheer van het dossier én doet daarnaast ook de ploegenplanning.”

## PLEZIER SCHENKEN

Het uitvoeringsproces van elk order verloopt op dezelfde manier. "Het start met de levering van de op klantnaam gelakte profielen vanuit de lakkerij naar de productieafdeling, waar alles geautomatiseerd verloopt. Tijdens het volledige productieproces houden we trouwens het aantal handelingen zo beperkt mogelijk om risico's te minimaliseren. Bij het inladen na de productie wordt alles nog eens grondig gecontroleerd aan de hand van een uitgebreide checklist. Ten slotte worden de profielen naar de werf gebracht en daar vakkundig gemonteerd door onze ervaren montageploeg. We houden regelmatig meetings met alle teams om de gerealiseerde projecten en toekomstige installaties te bespreken. We laten niets aan het toeval over met altijd dat ene doel voor ogen en dat is 100% klantentevredenheid. Omdat we elke stap van opmeting tot plaatsing zelf in de hand hebben kunnen we ook eventuele problemen of vragen snel oplossen. Ik stel mij overigens altijd zelf in de plaats van de eindklant. Als de mensen een aanzienlijk bedrag hebben gependeed voor bijvoorbeeld een zwembad met poolhouse, dan moet die bijkomende Sliding Glass gewoon 'af' zijn. Het moet plezier schenken."

## DE TOEKOMST

Omdat stilstaan nu eenmaal achteruitgaan is, wil Sliding Glass beslist niet op de lauweren gaan rusten. "Integendeel", maakt Steven zich sterk. "We houden steevast de vinger aan de pols en volgen intensief de marktontwikkelingen met het oog op innovatie. Wij blijven creatief bezig om zelf producten te ontwikkelen en te installeren, in het bijzonder producten die nog niet op de markt zijn. Een mooi voorbeeld daarvan is een systeem dat we binnenkort lanceren, uitgevoerd in dubbelglas. Veel mensen schakelen vandaag de dag over op thuiswerken en dat gebeurt niet zelden in het poolhouse of tuinkamer. Met enkel glas lukt dat 250 dagen per jaar, met dubbel glas kun je dat probleemloos 365 dagen per jaar doen. Het systeem met dubbelglas wordt naar alle verwachting ons nieuw paradepaardje én is bovendien zo goed als zeker uniek in de wereld. Verder hebben we nog een heel speciaal product in de pijplijn zitten. Daarover mag je binnen afzienbare tijd dan weer meer nieuws verwachten ..."

Meer info: [www.slidingglass.be](http://www.slidingglass.be)



# BODART & GONAY

## WINTER PROOF



In de winter gezellig bij de haard vertoeven met een kop chocomelk terwijl het buiten waait, regent of sneeuwt. Klinkt best goed, toch? En als dat gezellige tafereel je niet over de streep trekt om in een inbouw- of inzethouhaard of -kachel te investeren, dan doen de huidige energieprijzen het wel. De vraag naar houtkachels en -haarden stijgt aan een razend tempo en het aanbod volgt gehoorzaam. Misschien ben je op zoek naar een houhaard die maximaal zuinig én smaakvol is? Dat is niet te veel gevraagd. Het Belgische bedrijf Bodart & Gonay creëert verwarmingstoestellen op hout die alle vakjes afvinken en 100% made in Belgium zijn.

TEKST: MIRTE SPAEY - FOTO'S: BODART & GONAY





Hout was een van de eerste vormen van brandstof die de mens ooit verwarmde vele duizenden jaren geleden. Houthaarden stemmen dat primitieve kantje in ons dan ook gelukkig en bieden een mate van gezelligheid die moeilijk te evenaren is. Ontdek bij Bodart & Gonay een ruim gamma aan moderne houthaarden en -kachels dat de verbeelding prikkelt.



## ER WAS EENS

Meneer Bodart en meneer Gonay beslisten in 1957 om een familiebedrijf op te starten dat verwarmingstoestellen op hout ontwerpt en fabriceert, hoofdzakelijk in de vorm van inbouwhaarden. In 2020 werd het bedrijf overgenomen en nu staat CEO Jean-Philippe Couasnard aan het roer. Met meer dan zestig jaar ervaring heeft dit bedrijf zich ontpopt tot een internationale speler op de markt die met de nieuwste technologieën en designs aan de slag gaat. Het eindresultaat verdeelt het bedrijf dan over binnenlandse en buitenlandse dealers waaronder ongeveer 40% export. Behalve in België is B&G ook vertegenwoordigd in Nederland, Luxemburg, Frankrijk, Zwitserland, Spanje, Portugal en Griekenland. Je vindt er een allerlei soorten haarden die stuk voor stuk voldoen aan de hoge kwaliteitseisen van het bedrijf. Elke haard is bovendien beschikbaar in vele maten en profielen, want B&G is ervan overtuigd dat de haard moet zich aanpassen aan jouw woning en niet andersom..

## ALLE VOORDELEN OP EEN RIJTJE

Houtkachels en -haarden hebben drie grote voordelen als verwarmingsbron. Hedendaagse inbouw- en inzethouthaarden zijn ten eerste enorm geëvolueerd op vlak van uitstoot. "Vandaag stoten onze haarden amper nog fijn stof uit, waardoor ze heel zuinig zijn. Onze moderne toestellen moeten voldoen aan erg strenge Europese normen", laat een medewerker van het bedrijf ons weten. Toch neemt B&G nog extra maatregelen voor het welzijn van de planeet. Zo werkt het bedrijf met zonne-energie voor de productie van de haarden en maakt het gebruik van lokale producten. Verder wordt zoveel mogelijk materiaal hergebruikt en rijden de werknemers met hybride wagens. De toestellen gaan ook lang mee. "Als je je houtkachel of -haard een keer per jaar laat nakijken door een professionele dealer, heeft het toestel een zeer lange levensduur", aldus het bedrijf. Ook dat is goed nieuws voor de planeet.

Houtverwarming biedt eveneens een financieel voordeel, want hout is momenteel een goedkope brandstof in vergelijking met andere brandstoftypes. "De vraag naar houthaarden is enorm gestegen door de stijging van de energieprijzen. En de verkoopcijfers waren sinds de coronapandemie al aan het klimmen omdat mensen toen massaal in hun woning investeerden. Iedereen zat vaker thuis en zocht manieren om het daar zo aangenaam mogelijk te maken. Nu de energieprijzen daar nog eens bijkomen, kunnen we de vraag amper bijbenen. Onze dealers hebben het dan ook erg druk." Moderne houthaarden hebben ook een veel hoger rendement dan vroeger. "De nieuwe generatie verbruikt maar weinig hout." Een ander voordeel is de hoge gezelligheidsfactor van een houthaard. Brandende houtblokken geven dat heerlijk knetterende geluid en die kenmerkende houtgeur die elke kamer tien keer gezelliger maken. Cosy vibes gegarandeerd!

Ook op dat vlak van onderhoud hebben moderne haarden veel vooruitgang geboekt. Zelf speel je trouwens een rol in hoe vaak de haard gereinigd moet worden. "Onze gouden tip om onderhoud zoveel mogelijk te beperken, is dat je slechts een of twee kleine blokken droog hout per keer gebruikt, want dat is eigenlijk meer dan voldoende. Veel mensen 'overstoken' hun haard door onnodig veel hout te gebruiken. Weinig en droog hout gebruiken is dus het geheim voor een onderhoudsvriendelijke haard die lang meegaat!" Een gewaarschuwd haardgebruiker is er twee waard.

## HAARDEN OP MAAT

Wat het assortiment aan inzethaarden bij B&G zo leuk maakt, is dat je zoveel zelf te kiezen hebt. Met de buitenbekleding van het toestel heb je veel vrijheid. De metalen Konturo bekledingen zijn allemaal clean en minimalistisch, want het technische gedeelte is mooi weggewerkt voor het strakke design. De originele Konturo bekleding is zowel geschikt voor doorkijkmodellen als enkelzijdige modellen. De Konturo Compact metalen bekleding is ook geschikt om op een sokkel te plaatsen en bevat onderaan de haard een buitenluchttoevoer. De Konturo Plus bevat zelfs een geïntegreerde optie voor een buitenluchttoevoer kit, zodat de buitenbekleding naadloos verbonden wordt met de toevoer. De Konturo Muro bekleding is dan weer ideaal om op te hangen. Voor de liefhebbers van eenvoud, is er ook de Zenith bekleding. Deze is makkelijk aan te passen aan elke ruimte en is zowel beschikbaar op zichzelf als met woodbox, waarbij de houtblokken netjes onder de haard gestockeerd liggen. Een woodbox is niet alleen erg praktisch omdat het hout zo dichtbij ligt, maar geeft ook een warme touch aan de leefruimte.

## DE COLLECTIES

B&G lanceerde reeds drie mooie collecties en brengt binnenkort een vierde op de markt om aan de stijgende vraag tegemoet te komen. De CONCEPT collectie is heel uitgebreid en heeft een opmerkelijke zuinigheid en een clean design. Concept haarden zijn beschikbaar als inbouwversie en met schoorsteenmantel. Deze inbouwhaarden onderscheiden zich door hun lage uitstoot van CO en fijn stof. Ze hebben een hoge luchtdichtheid met mogelijkheid tot een geautomatiseerde verbrandingsluchttoevoer (BG-CLAP). De PHENIX NEO collectie bestaat uit inbouwhaarden met een verticale liftdeur. Deze deur laat toe om van een echte open haard te genieten, met het aangename geknetter van het hout en een optimale verwarming tot gevolg. Tenslotte kan je ook de technologische Infire EASY collectie raadplegen. Deze inzethaarden zijn zuinig en makkelijk in gebruik, waardoor het 'easy' wordt voor iedereen om te stoken. De Infire EASY haard is makkelijk te installeren in passiehuizen of lage energiewoningen. B&G stopt nooit met innoveren en daarom lanceert het bedrijf binnenkort de Infire SMART collectie die de nieuwste technologieën combineert met een modern design.





## OUTDOOR GAMMA

Mensen investeren volop in het interieur hun huis, maar die lijn trekt zich ook sterk door naar de tuin en het buitenleven. Dus de logische volgende stap van Bodart & Gonay was om naast het indoorgamma ook een outdoorgamma op de markt te brengen. Ook buiten zijn toestellen op hout namelijk een must-have. Dan heb je namelijk twee vliegen in één klap: een kookgelegenheid en een sfeervolle verwarmingsbron in de openlucht. “We gingen de uitdaging aan om een outdoor collectie uit te brengen die vernieuwend is op de markt en stukken bevat die compleet uniek zijn. We zijn erg blij dat we nu kunnen zeggen dat we daarin geslaagd zijn”, zegt het bedrijf.

Niemand minder dan de Belgische product designer Bertrand Lejoly hielp deze eerste outdoor collectie van vijf toestellen van B&G tot een succesvol einde te brengen. Lejoly gebruikt zijn jarenlange ervaring als ontwerper voor architectenbureaus om o.a. meubels en ruimtes te ontwerpen. Zijn stijl staat bekend om zijn eenvoud en tijdloosheid. In deze collectie speelt de ontwerper met verschillende materialen, zoals: metaal, hout, gelakt staal en beton. Verder kan je geometrische vormen en strakke lijnen verwachten. Deze mix van materialen en vormen creëert een unieke en moderne look. We zetten even de vijf verschillende toestellen op een rijtje. De BG-EXCLUSIVE is een ode aan alle barbecueliefhebbers. De luxueuze inbouwbarbecue grilt tot perfectie en bevat een buitenvuur. Op die manier kan je ook op koudere dagen barbecueën, want het vuur houdt je de hele tijd goed warm. Voor de culinaire ziel is er de BG-CHEF. Bereid eender

welk gerecht met ultiem comfort: een pizza in de oven, een gegrild stuk vlees op de BBQ of gegrilde groente op de Plancha. De BG-PRO, vervolgens, gaat nog een stapje verder en is de ideale keuze voor topchefs van de bovenste plank. De bakplaat van dit toestel bevat een hendel voor een gevoelige temperatuurregeling van de kookplaat, zodat elk element net goed gebakken is. De smaken van de ingrediënten komen volledig tot hun recht dankzij de hoge temperaturen binnenin het toestel. Verder is er het BG-STONE-STEEL toestel met als muze de Spaanse ‘placha’ (‘bakplaat’). Het strakke design met mooie lijnen is beschikbaar in zwart gelakt staal gemixt met vuurvaste beton of volledig in zwart gelakt staal. De bakplaat bereikt hoge temperaturen tot wel 220° en schroeit je eten razendsnel dicht. Zo bekom je een krokante buitenkant en een zachte binnenkant in no time. Dit toestel behoudt heel lang zijn warmte, dus je kan nog lang nagenieten van het vuur. Tenslotte is er nog de BG-BOWL versie: een elegante vuurschaal die het perfecte middelpunt vormt van gezellige bijeenkomsten en feestjes. Zo geniet je van de frisse buitenlucht zonder last te hebben van de koude.

“We zijn enorm trots op deze collectie”, laat B&G weten. “Ze is uniek en we kijken uit naar de lancering ervan.” In de toekomst kunnen we hier nog meer van verwachten. “We zijn van plan om de komende jaren deze collectie verder te laten evolueren en nieuwe extensies toe te voegen voor sommige van deze toestellen zoals bijzetmeubilair.”



## KWALITEIT

Bodart & Gonay is een bedrijf dat staat voor 100% made in Belgium-producten en streeft naar nieuwe technologie, design en topkwaliteit. "Zeker ons nieuwe Infire SMART gamma heeft een slim ontwerp met de beste verbrandingstechnieken en met als doel een rendement van 85%. De infire EASY toestellen hebben een gepatenteerd verbrandingssysteem waardoor het zich technologisch onderscheidt en elektrisch te bedienen is. Dat systeem is erg handig en mensen zijn er grote fan van."

## UITBREIDING

Om een nog betere kwaliteit en service te garanderen, is het bedrijf onlangs verhuisd naar een groter en moderner pand met meer faciliteiten in Herve, Luik. "Die verandering heeft een enorm positieve impact gehad op het bedrijf", klinkt het. "Momenteel zijn we nog een extra gebouw aan het plaatsen met een oppervlakte van 2300m<sup>2</sup>, zodat we de groeiende vraag kunnen bijhouden." In B&G's eigen fabriek worden de inzet- en inbouwhaarden ontworpen en gemaakt en nadien verdeeld over de professionele dealers, waar het bedrijf het volste vertrouwen in heeft.

Meer info: [www.bgfires.com](http://www.bgfires.com)



# YOURFIRE: EXCLUSIEVE HOUT- PELLETS EN GASHAARDEN

## “WARMTE HEEFT IMPACT OP ONS WELBEVINDEN”

Een kachel of haard zorgt meteen voor een heel gezellige sfeer. Bovendien vind je heel mooie exemplaren die je interieur helemaal verrijken. Zo geniet je volop van de koude maanden die in aantocht zijn.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: YOURFIRE

Herfst en winter gaan gepaard met donkere, druilerige dagen. Dan is het fijn om de koestering van een kachel of haard te voelen. YourFire verdeelt kachels en haarden voor hout, pellets en gas in de hele Benelux. “Het is een fijne manier om je huis te verwarmen. De haarden en kachels zorgen voor een aangename warmte en veel comfort. Het zien van vlammetjes is heel rustgevend en dat is fijn als je na een drukke dag thuiskomt. De manier waarop je je woning verwarmt, heeft impact op het welbevinden. Je moet dus een keuze maken die prima bij je past”, zegt zaakvoerder Ronald Jadot. Er wordt door de producenten veel aandacht besteed aan hedendaagse technologie die voor veel comfort zorgen. Ook de vormgeving is cruciaal. Op de markt vind je een ruim aanbod van mooi afgewerkte haarden en kachels met een exclusief design. Het zijn echte blikvangers in het interieur. Denk er familie en vrienden bij, een goed boek of lekkere koffie, dan kan de dag niet meer stuk. Het zorgt voor momenten waar je graag naar terugkijkt..

### STIJLVOL

“We zijn importeur en groothandelaar, en leveren aan gespecialiseerde dealers. Topmerken zijn onder meer Jolly Mec voor hout en pellets, L'Artistico voor exclusief pellethaarden en Faber voor gas en elektriciteit”, zegt Ronald Jadot. Hij voegt er aan toe dat L'Artistico een exclusief design heeft. De haarden hebben drie zijden die uit keramisch glas bestaan en zijn horizontaal of verticaal georiënteerd zodat ze naar wens perfect aansluiten bij jouw favoriete interieurstijl. “Esthetisch is het ontwerp heel mooi. Onze dealers die voor schitterende high-end woningen werken, kiezen bijna nooit voor pellets, maar wel voor L'Artistico omwille van de stijlvolle uitstraling. Je kan de haarden in elk interieur plaatsen, de vaklui die ze plaatsen kunnen met details errond het design verfijnen. De bewoners kunnen opteren voor een landelijke stijl, maar ook voor een strakke en moderne aanpak.” L'Artistico is een Italiaans merk dat al drie generaties aan de slag is en vakmanschap doorgeeft. Er wordt voortdurend in innovatie en technologie geïnvesteerd. Pelletkachels zijn duurzaam en vriendelijk voor het milieu. Het zijn fijne geperste houtkorrels die dezelfde intense warmte als houtblokken geven.



### LOOK VAN HOUT

“Faber is een Nederlands bedrijf, het is een hoogkwalitatief merk. Fijn is dat je verwarmt met gas of elektriciteit, maar dat je de look van een houthaard hebt. De technologie van Faber maakt dat perfect mogelijk. De vlammen komen uit de houtblokken. Visueel is dat heel mooi, het zorgt ook voor veel sfeer. In de houtblokken zitten LED-lampjes die voor een mooi rood licht zorgen. Nog een pluspunt is dat het vermogen van de gashaard heel laag kan ingesteld worden zodat het verbruik van gas vermindert, maar het beeld van vlammen behouden blijft en dat heeft een rustgevend effect. Het lage vermogen is ideaal voor goed geïsoleerde woningen of in tussenseizoenen wanneer het niet echt koud is, maar een tikkeltje extra warmte welkom is. Ook Jolly Mec V-sion is een topper. Ook hier vind je aan drie zijden keramisch glas. Het is geen inbouwhaard, wel een vrijstaande kachel. Je kan de kachel bedienen met je smartphone. Het design is fantastisch, het verbruik is optimaal.”





## STERKHOUDERS

YourFire is de officiële importeur van La Nordica & Extraflame, Jolly Mec, LArtistico. Het zijn marktleiders voor hout en pellets. Er is ook Skanderborg, een Duits merk met hoogkwalitatieve houtkachels. "We bieden topmerken, geven degelijk advies en garanderen een goede service. Ook hebben we aandacht voor de beste prijs-kwaliteit verhouding, innovatieve technologie en producten die bijzonder mooi ogen. We zijn een bevoorrechte partner van veel producenten", aldus Ronald Jadot.



## THERMOHAARDEN

Thermohaarden werken met pellets of hout, hun functie kan je vergelijken met een ketel voor centrale verwarming. Alle radiatoren en sanitair water kunnen zo verwarmd worden. “Het is een interessante manier om je woning te verwarmen omdat je niet afhankelijk bent van gas of elektriciteit. Het principe was nog vrij onbekend, maar sinds de enorme stijging van de energieprijzen, gaan mensen op zoek naar alternatieven. De vraag naar thermohaarden nam daardoor toe.”



## BUITENLEVEN

YourFire heeft ook verschillende opties voor buitenkeukens: barbecues, plancha's, vuurkorven, haarden. Die zijn nog steeds heel gegeerd. Ook hier is het gamma heel uitgebreid en heb je keuze te over om iets naar wens te vinden. Het is ideaal om gezellig met vrienden te genieten, buiten smaakt alles net wat beter. Met een buitenhaard kan je ook op koudere dagen van het buitenleven proeven.

Meer info: [www.yourfire.be](http://www.yourfire.be)

100

X-VENUE



# PILLOWS OPENT BINNENKORT MAURITS AT THE PARK HOTEL

## Interview met General Manager Jörgen Rijnaard

'Pillows' is de welluidende en heel toepasselijke naam van een hotelcollectie met nederzettingen in Nederland en België. Binnenkort wordt de zevende telg boven de doopfont gehouden, m. n. het Pillows Grand Boutique Hotel Maurits at the Park, Amsterdam. Naar aanleiding van de aanstaande feestelijke opening zochten we General Manager Jörgen Rijnaard op, die ons letterlijk tekst en uitleg verschaftte.

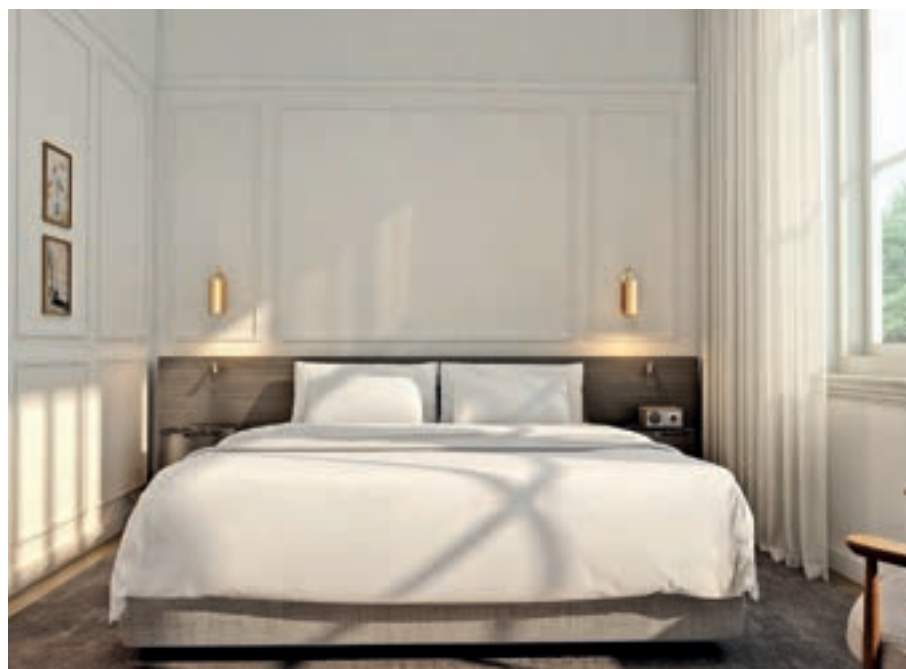
TEKST: FILIP VANHAECKE- FOTO'S: [PILLOWS]

## Dag Jörgen, kunt u zichzelf even voorstellen, specifiek in relatie tot Pillows ?

"In 2010 maakte ik voor het eerst kennis met deze mooie organisatie, en wel in hoedanigheid van General Manager van het IJsselhotel in Deventer. Destijds heette de keten nog Sandton Hotels. Door de jaren heen evolueerde de organisatie, én ook mijn positie. Eerst naar Cluster General Manager, en later naar Area Manager voor Nederland en België. In 2017 openden wij ons eerste Pillows hotel, Anna van den Vondel, in Amsterdam. En sindsdien speel ik een rol bij de diverse transformaties richting Pillows-formule. Zo ben ik inmiddels vier jaar betrokken bij het ontstaan en ontwikkelen van het Pillows Hotel Maurits at the Park : een uniek hotelproject, dat in mijn hart is gaan zitten. Het motiveerde me dan ook om dit hotel operationeel en commercieel verder te ontwikkelen in de functie van General Manager".

## Kunt u iets meer vertellen over de historie van de Pillows hotels ?

"Sinds 2007 bouwt beheermaatschappij Amerborgh aan een collectie bedrijven, waaronder de International Hotel Management Group (IHMG). IHMG is de holdingmaatschappij van Pillows Hotels en Shaffy Restobar. IHMG heeft een sterke basis in Nederland en België, en ambieert uit te breiden, ook naar andere landen, steden en hoofdsteden. Moederbedrijf Amerborgh stelde zich tot missie het creëren van financiële en maatschappelijke waarde via langetermijninvesteringen in een aantal strategische participaties met groeipotentieel. Bekende multi-ondernemer Alex Mulder is voorzitter van de executive board en gedelegeerd bestuurder van Amerborgh International. Hij staat onder meer in voor algemene zaken en financiën".





### **Wanneer gaat Pillows Maurits at the Park precies van start ?**

“Pillows Maurits at the Park opent zijn deuren medio november 2022. Voorafgaand aan de officiële opening wordt het voltallige hotelteam twee weken lang intensief getraind om onze Pillows-standaarden en -concepten in detail te leren, te begrijpen en uit te dragen. Hiertoe hebben we een zgn. conceptboek geschreven. Het specifieke karakter van elke outlet, bv. qua gastbenadering, kledij, woordkeuze en marketing, wordt hierin uitvoerig beschreven. De opening van het hotel en z'n vier outlets zal worden gevierd met een feestelijke Grand Opening op een later moment. Gasten zijn sowieso welkom vanaf midden november”.



### **Pillows Maurits at the Park is de zoveelste binnen jullie hotelcollectie.**

#### **Kan je spreken van een 'expansiepolitiek' bij Pillows?**

“Onze groeiambitie is duidelijk aanwezig, zij het dan op een geleidelijke en gecontroleerde wijze. Wij maken een weloverwogen keuze inzake locaties en steden. Zowel de stedelijke locatie als het pand moeten perfect aansluiten bij het Pillows-concept. We richten ons bij voorkeur op grote steden met internationaal toerisme en uitgesproken restaurantcultuur. Maar alles begint stevast met de liefde voor een monumentaal pand dat een ziel en een karakter heeft, waardoor wij de mogelijkheid zien er een Pillows hotel te realiseren”.

### **Hoe is Pillows gestructureerd qua management ?**

“Wij zijn een platte organisatie met bijbehorende korte lijnen. Met andere woorden, wij kennen geen uitgewaaierde hiërarchische structuur. Een klein support office team werkt rechtstreeks samen met onze twee directeurs. Daar we een familiebedrijf zijn, is er ook een grote betrokkenheid van onze eigenaar, Alex Mulder. Een mooi voorbeeld van dit soort samenwerking en bundeling van kennis is precies dit nieuwe Amsterdamse hotel. Vanaf de basis werken wij met een multidisciplinair team aan het project. Ik vergelijk het graag met een kleurplaat waar iedereen vanuit de eigen discipline een deel inkleurt. En zo komen we samen tot een nóg beter resultaat dan we van tevoren hadden bedacht. Het resultaat is een prachtig hotel, met een elegant design en een operationeel efficiënte logistiek”.

### **In welke hotelcategorie zou u Pillows Maurits at the Park onderbrengen ?**

“Met Pillows Maurits at the Park willen wij een 5-sterren luxury hotel aan de Amsterdamse markt toevoegen : een hotel waar moderne gastvrijheid centraal staat, opgezet en ingericht vanuit de ogen van onze gasten. Wat werkt wel, wat werkt niet, wat maakt het verblijf nog aangenamer, etc. ? Uiteindelijk maakt het immers niet zoveel uit wat wij ervan vinden, maar des te meer hoe onze gasten ons beoordelen. Alles gaat om het overtreffen van verwachtingen en het creëren van 'wow-momenten'. Eén van onze slogans in dit opzicht luidt : “Complement our values with your personality”. Concreet houdt dit in dat onze medewerkers de gasten niet alleen kennis bieden, maar ook het gesprek met hen aangaan”.

### **De locatie van Pillows Maurits at the Park bevindt zich op een voormalige universiteitssite. Vanwaar die keuze?**

“Alex Mulder kende het pand nog uit zijn jeugd. Zodra het te koop stond, was hij dadelijk geïnteresseerd. En niet in het minst om het weer een publieke functie te geven in de vorm van een hotel met horecaoutlets. Deze teruggave komt ook tot uiting in het feit dat de geweldige tuin naadloos overvloeit in het groene en levendige Oosterpark. Immers, door omheiningen rondom het hotel te verwijderen geven wij een stuk park en natuur terug aan de Amsterdammers. De transformatie van een monumentaal pand tot een totaal nieuwe bestemming biedt zonder twijfel tal van architectonische en logistieke uitdagingen. Het architectenteam van Uri Gilad - Office Winhov is er naar mijn gevoel uitstekend in geslaagd het pand met respect voor het originele karakter en de monumentale details te transformeren tot hotel. Dit zie je in het bijzonder in de nieuwe vleugel die gebouwd werd in de oorspronkelijke stijl, en waarbij het oude pand eigenlijk steeds zichtbaar blijft”.



### **Waarin verschilt Pillows Maurits at the Park van de overige Pillows hotels?**

“Pillows biedt in al zijn hotels het Pillows-concept : moderne en zeer persoonlijke gastvrijheid, het overtreffen van verwachtingen binnen een ambiance waar de algehele ‘guest journey’ centraal staat. Dit Pillows-gevoel vind je straks ook in Pillows Maurits at the Park. Daarnaast voegen wij de 5-sterren standaarden toe, o. a. een portier, valet service, conciërge. Verder is het hotel home to een aantal unieke restaurants en barconcepten. Deze worden allemaal separaat in de markt gezet en bieden een podium voor talentvolle en gedreven chefs”.

### **Wat is de Pillows-filosofie naar klanten toe ?**

“We spreken niet van klanten, maar van gasten. De gast staat centraal in de gehele guest journey. Het proces is van a tot z ingericht vanuit het comfort en gemak voor onze gasten. Dus bij ons geen lange incheckprocedures on-the-spot om informatie te verzamelen. Via persoonlijke pre-arrival mails zorgen wij dat alle benodigde informatie voor een aangenaam verblijf of diner vóór aankomst reeds bij ons bekend is. Hierdoor komt extra tijd vrij om ons te focussen op de gast zelf, zijn verwachtingen te overtreffen en hem bij aankomst ontspannen te laten genieten van een glas champagne in The Living, onze exclusieve private lounge, enkel toegankelijk voor hotelgasten. Vanaf aankomst tot en met vertrek bezorgen wij een ‘wow-ervaring’”.

### **En waarin onderscheidt zich het interieur van Pillows Maurits at the Park van de andere hotels?**

“Het robuuste pand heeft iets van een introvert aandoende vesting. Het blijft een uitdaging om in zo'n ‘zwaar’ pand de zachtheid en sereniteit, eigen aan alle Pillows hotels, te creëren. Echter, in Pillows Maurits at the Park wordt dat Pillows-gevoel naar mijn idee straks nog duidelijker : dat welkome, die zachtheid. Iedere ruimte maakt een speciale indruk op je : humble simplicity, ingetogenheid zonder saai te zijn, tijdloosheid. Er worden geen kleuren gebruikt, wel tonen en tinten. Veel ton-sur-ton, met hier en daar een accent om een vriendelijke levendigheid aan te brengen, materialen die je wil voelen en aanraken. Stoffen, houtsoorten, behangsoorten met reliëf, texturen bieden die behaaglijkheid, en soms is dit belangrijker dan een bepaald kleurenpalet. Alles werd gerealiseerd door de bekende interieurarchitect Paul Linse van Studio Linse”.

### **Wat zijn de toeristische troeven van deze specifieke locatie in Amsterdam ?**

“Ons hotel is ideaal gelegen aan de rand van het centrum, op een goed bereikbare locatie. Het grenst aan een bruisend stadspark waar kinderen zich amuseren, wandelaars voorbij kuieren, er is een soort zwemvijver. We liggen vlakbij de gracht en op een steenworp afstand van onder meer Artis, het Tropenmuseum en het historische stadscentrum : trekpleisters voor de vele toeristen die Amsterdam dagelijks bezoeken”.

### **Wat is jullie aanbod qua accommodatie en restauratie ?**

“We beschikken over 88 kamers, 5 kamertypes van 16 m2 tot 50 m2, Connecting rooms, een exclusief af te huren vleugel, Exclusive Guest Lounge, Luxury Rooms, Grand Luxury Room, Junior Suite, Pillows Suite, Pillows Grand Suite. Eten bij Pillows Maurits at the Park is een beleving en kan precies naar gelang van je stemming en de gelegenheid. Dineren op het allerhoogste niveau doe je bij VanOost Restaurant. Of heb je zomaar trek in een lekkere maaltijd, dan kun je aanwaaien bij Brasserie Spring, Fitz's Bar of op onze rooftopbar. Bovendien is er altijd een verwennerij voor onze hotelgasten in The Living. VanOost Restaurant staat voor een gedurfde culinaire ervaring. Grensverleggende gerechten en muziek worden gecombineerd met de luxueuze elegante setting in een historisch pand : plafonds van wel vijftien meter hoog, een open keuken en grote raampartijen die uitkijken op het Oosterpark. Van culinaire gerechten, de mooiste wijnen tot de easy-going ambiance : alles speelt zich af op topniveau. Dit is wat wij verstaan onder 'fine-dining'. Een echt avondje uit en genieten, licht, fris en puur. In Spring Cafe Brasserie geniet je van eigentijdse gerechten geïnspireerd op de Italiaanse en Franse keuken. Hier tref je het origineelste terras van Amsterdam aan, gelegen in het Oosterpark, met zicht op de open volière waar vogels vrij in en uit kunnen vliegen. Je culinaire avond kun je beginnen met een aperitief en amuse-gueule in Fitz's Bar. Je kan onderdompelen in de intieme bar en de sfeer opsnuiven van de roaring twenties : donkere houten elementen, een uitgebreide vernieuwende cocktailkaart en een

eigen domein voor onze show stopping cocktailshakers. Op de rooftop bar, voorbehouden aan onze gasten en exclusief af te huren voor speciale private of zakelijke events, geniet je van een wijds uitzicht op het Oosterpark en de skyline van Amsterdam”.

### **Welk publiek viseren jullie specifiek bij Pillows Maurits at the Park ?**

“Het hotel en de bijbehorende restaurant- en barconcepten zullen een brede doelgroep in de lokale en internationale markt aanspreken. Wij zouden erg graag een plek creëren waar de Amsterdammer op het terras z'n koffie drinkt, een complete avond uit beleeft of waar food lovers vanuit het hele land op afkomen. Daarnaast willen we uiteraard ook een plek zijn voor de internationale doelgroepen die Amsterdam doorheen het hele jaar bezoeken en op zoek zijn naar individuele belevingen”.

### **U hebt ook een Pillows Shop.**

#### **Wat is daar allemaal te krijgen ?**

“De Pillows Shop is er om onze gasten de fijne Pillows-beleving ook thuis te laten ervaren. Je vindt er pakweg onze goddelijke bedden, zalige geurkaarsen die onze hotels parfumeren en ons unieke bedlinnen. Dit laatste is gemaakt uit hoogwaardig Egyptisch katoen, het beste dat er is. Het wordt geconfectioneerd door het Italiaanse bedrijf Gastaldi : kwaliteit, vakmanschap en made in Europe”.

### **Het ziet er naar uit dat we Corona stilaan achter ons laten. Wat was de weerslag van de pandemie op de Horeca in Nederland en de wereld, en specifiek bij de Pillows-hotels ?**

“Uiteraard heeft de pandemie een grote weerslag gehad op de wereldeconomie en de hotelierie plus reisbranche in het bijzonder. Uiteindelijk zijn we heel erg blij dat we erin geslaagd zijn onze focus constant richting toekomst te houden, en met blijvend vertrouwen onze groei toch wisten te bestendigen in deze uitzonderlijk lastige tijden. Die focus lijkt nu al zijn vruchten af te werpen als ik zie hoeveel aandacht en interesse we krijgen binnen de Amsterdamse hotelierie, maar zeker ook vanuit luxury travel en food professionals”.



### **Wat zijn de perspectieven in de Horeca na Corona?**

“Na iedere coronagolf zagen wij de vraag naar hotelbelevingen eveneens als een golf op ons afkomen. Ondertussen kreeg de gehele horeca echter te maken met collega's die de branche verlieten, maar gelukkig merken we op heden dat tal van werknemers ook besloten terug te keren. Voor ons is dit dan ook een goede reden om onze focus te richten op het creëren van een future proof werkomgeving waarin de nieuwe generaties de gezochte werkbeleving daadwerkelijk zullen vinden. In mijn ogen is dat van belang om de individuele ervaringen te kunnen blijven bieden die binnen Pillows zo belangrijk zijn. Persoonlijke aandacht wordt een aanzienlijk onderdeel van de ware luxury-beleving in de toekomst, zeker in combinatie met de uitdagingen waarmee de bedrijfstak zich geconfronteerd ziet. In feite zijn onze mensen in hun werk evenzeer op zoek naar persoonlijke belevingen als de gast tijdens zijn verblijf”.

### **We lijken anderzijds af te stevenen op een economisch onstabiele situatie vanwege de energiecrisis. Zal dit volgens u van invloed zijn op het hoteltoerisme of het aantal boekingen ?**

“De coronacrisis heeft ons vooral geleerd te streven naar een goede spreiding van doelgroepen en concepten. Het schakelen tussen international travel en lokaal aanbod is na de ongekende vraag ten tijde van het herstel key geweest om te kunnen blijven functioneren. Ook met het oog op eventuele toekomstige situaties is het duidelijk dat de locals zeer belangrijk voor ons zijn : reden temeer om een landmark in de stad te ambiëren en creëren”.

### **Hoe maken jullie publiciteit ? Of volstaat de mond-tot-mond-reclame ?**

“Er wordt inmiddels door onze marketing en pr-collega's gewerkt aan het creëren van een buzz in de stad, maar ook nationaal en internationaal. Dit zal onder meer gebeuren door middel van off- en online marketingcampagnes, maar ook via pr-inzet in de vorm van events en influencer-samenwerking. En ja, uiteindelijk blijft het positieve woord of mouth steeds een sterke manier om gasten je hotel en restaurants te laten ervaren”.



### **Hebt u verder nog actueel nieuws of leuke details die u misschien via dit medium wilt meedelen ?**

“Wat leuk is om hier extra te duiden is het grote oog voor detail waarvan blijkgegeven werd bij de totstandkoming van het hotel, maar ook van de outlets en de buitenruimte. Ik denk hierbij aan het aanplanten van bomen, bloemen en struiken die speciale vogel-, diersoorten en insecten aantrekken in het Oosterpark en de stad. Of ook de open voliëre waar de gevederde parkbewoners naar believen in- en uit kunnen vliegen, of de voederplaatsen overal verspreid in de tuin, en ook de deels op de Nederlandse natuur geïnspireerde werken van bekende kunstenaar Raphaël Hermans. Een ander leuk vermeldenswaardig detail ten slotte is de aanwezigheid van een heuse vleugel in de Grand Suite. Hiermee zijn we de enige, of althans één van de weinigen, die ook een piano aanbieden in onze grootste suite. En dat is best uniek !”

Meer info: [www.pillowshotels.com](http://www.pillowshotels.com)



MAISON BOGAERT:  
THUIS IN MEUBELS,  
VERLICHTING, TAPIJTEN  
EN WOONACCESSOIRES  
**“WE HECHTEN ER BELANG  
AAN DAT ONZE KLANTEN  
DE JUISTE KEUZE MAKEN  
EN GENIETEN VAN HET  
RESULTAAT.”**

Maison Bogaert is een speciaalzaak in binnenhuisdecoratie en biedt alles om van je huis een thuis te maken. Je vindt er meubels, verlichting, tapijten en woonaccessoires, vaak met een kunstzinnige inslag.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: MAISON BOGAERT

Met ondertussen ook de derde generatie aan het roer, geniet Maison Bogaert in Nieuwpoort-Bad van heel wat faam. En dat omwille van het smaakvolle, kwalitatief hoogstaand aanbod en het begeleiden van de klanten. “Mijn ouders en ik hechten veel belang aan het personaliseren op maat. We bieden dan ook alles à la carte. Zo kunnen we verlichting, een tapijt of meubelen op de wensen van de klanten afstemmen. Ook decoratiestukken kiezen ze volledig naar eigen smaak”, zegt Marie-Henriette Bogaert.



## INSPIRATIE

De klanten komen naar de winkel of maken kennis met het aanbod op een beurs. "Sommige klanten vinden onmiddellijk waar ze naar op zoek zijn, maar we zijn ook altijd bereid om ter plaatse te gaan kijken en zo advies te geven. We hechten er namelijk belang aan dat onze klanten de juiste keuze maken en genieten van het resultaat." Maison Bogaert is aanwezig op verschillende beurzen, zoals BIS, Woonestetika, Sfeer, Countryside, Batibouw... "Zelf gaan we kijken op internationale, toonaangevende beurzen, want daar vinden we heel wat nieuwigheden. Je hebt ook tijdelijke trends, maar globaal genomen werken we niet zozeer seizoensgebonden. Maison Bogaert is en blijft een zaak met klassieke stukken en kleuren. Dat zorgt vaak voor jarenlange tevredenheid. Maar naast tijdloze designitems hebben we ook kleinere woonaccessoires in huis, zoals kaarsen, huisparfums, kussens of plaids. Zo kan je eens van sfeer of kleur afwisselen."

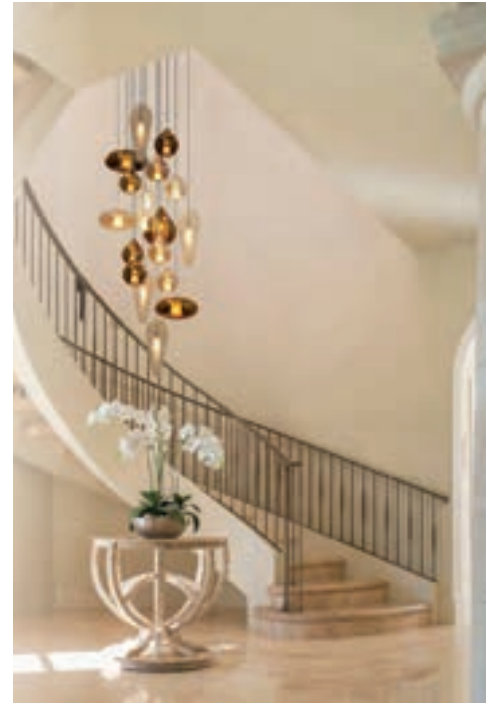




## TOEGEWIJD AAN OOSTERS TAPIJT

Het aanbod van Oosterse tapijten is de rode draad doorheen de drie generaties. In de jaren '50 besloot de stichter van de zaak, François Malengreaux, Oosterse tapijten naar België te importeren. "In de voetsporen van mijn grootvader reizen mijn ouders nog steeds naar landen als Pakistan, Iran en India om tapijten uit te kiezen. Tijdloos of modern, het gaat steeds om unieke, handgeknoopte tapijten. Je vindt dan ook geen twee dezelfde. Sinds een tiental jaar kunnen we ook tapijten op maat leveren. De vraag naar ambachtelijk gemaakte tapijten blijft overeind, handwerk doet het nog steeds goed. Vroeger werden in een interieur dikwijls meerdere tapijten gelegd. Nu, met ook de open ruimtes, gaat de voorkeur uit naar één grote blikvanger. Het vakmanschap van de tapijtmakers wordt gewaardeerd, ook de bijzondere kleuren vallen in de smaak. Er is vaak een warme schakering van kleuren, iets dat je machinaal niet kan namaken. Het gaat dikwijls om geroeste tinten die je ook ziet in muurdecoratie en verlichting. Het zorgt voor een heel cosy en aangename sfeer in het interieur. Ook op het vlak van meubelen ligt het accent op een warme uitstraling. De combinatie met een exclusief tapijt is dan ook subliem."





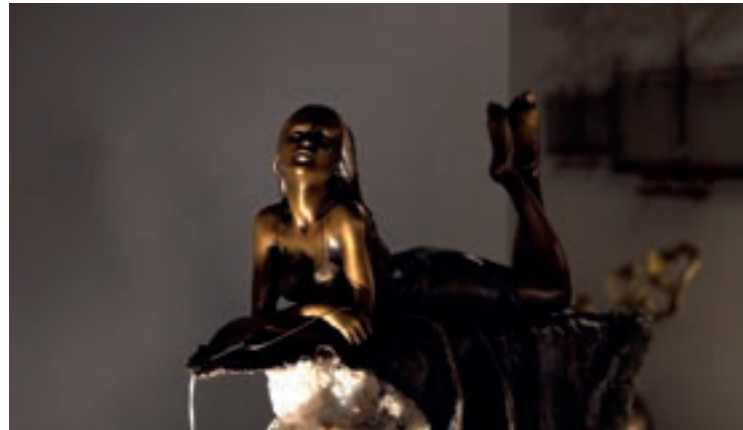
### HIER BRANDT DE LAMP

“Als exclusieve invoerder kan je bij ons terecht voor op maat gemaakte Italiaanse verlichting, waar je levenslang zal van genieten. Klanten kunnen onze collectie namelijk volledig personaliseren, van vorm en grootte tot kleur en afwerking. De juiste verlichting op de juiste plaats is ook van groot belang. Landelijk of design, voor in de keuken of in de traphal, we helpen de mensen graag met onze glasheldere kijk. Naast lusters bieden we ook tafel-, wand- en staande lampen aan. Voor een nog exclusievere look, zetten we ook graag onze verlichting uit Muranoglas in de verf. Het is op een ambachtelijke manier mondgeblazen. Dat gebeurt op het gelijknamige eiland in Venetië.”



### COCOONEN

De behoefte aan een interieur waarin je je thuis voelt en kan cocoonen, is door de pandemie nog versterkt. “We zien wel dat een strakke tafel en moderne stoelen nog steeds aanslaan, maar dan in combinatie met gezellige zetels vol kussens. Naast leuke bijzettafeltjes zijn onze eet- en salontafels trouwens ook à la carte te verkrijgen.” Ook wie een tweede verblijf heeft aan de kust, vindt zijn weg naar Maison Bogaert. “We helpen hen graag om van hun vakantiewoning of appartement een tweede thuis te maken. Ook hebben we via de beurzen klanten in heel het binnenland. We leveren gratis in België en dat wordt op prijs gesteld.”



## DECORATIEVE KUNST

"Al onze decoratieve stukken zijn exclusief. We werken samen met authentieke kunstenaars die met glas, kristal, keramiek of metaal aan de slag gaan. Elk stuk is uniek en gecertificeerd, dus voor kunstliefhebbers is dat vaak een collectors item. Ook onze ambachtelijke bronzen beelden met halfedelstenen, zoals bergkristal en amethyst, zijn goud waard als blikvangers." Dit is nog maar een greep uit het aanbod, dus neem gerust een kijkje op de sociale media. Naast de thuishaven in Nieuwpoort-Bad meert Maison Bogaert ook aan in de grootsteden op de bekendste beurzen, zo kan je vlot kennismaken met de collectie.



Meer info: [www.maisonbogaert.be](http://www.maisonbogaert.be)

Hoek Franslaan (Vlaanderenstraat 14),  
8620 Nieuwpoort-Bad  
T. 058 23 21 77

112

X-LAW





# HELP! IK VERKOOP MIJN BEDRIJF

DE BROECK VAN LAERE & PARTNERS focust in haar juridische praktijk op twee grote pijlers: fiscaal recht en ondernemingsrecht. In deze laatste tak kunnen Meester Didier Van Laere en Meester Annelore Molly bogen op een jarenlange ervaring in het begeleiden van acquisities en herstructureringen (de zogenaamde markt van “mergers & acquisitions” ook wel afgekort als “M&A”). Elke transactie kent een eigen dynamiek en de ervaring van de partijen in het omgaan met het verkoopproces kan grondig verschillen. Hieronder worden enkele nuttige aandachtspunten toegelicht door beide advocaten.

TEKST: DE BROECK VAN LAERE & PARTNERS

FOTO'S: DE BROECK VAN LAERE & PARTNERS

## HAAST EN SPOED IS ZELDEN GOED

Als algemene leidraad bij een overnameproces kan in elk geval gelden: laat u niet leiden door tijdsdruk. De opgebouwde spanning en tijdsdruk (al dan niet opgelegd door de andere partij) kunnen een partij die op het punt staat het bedrijf waar men jarenlang aan gebouwd heeft, te verkopen, verkeerde beslissingen doen nemen of te snel toegevingen laten doen. “Het verlangen naar de ‘cheque’ op het einde van een verkoopproces heeft al vele aandeelhouders “last-minute” toegevingen laten doen, welke ze normaliter niet zouden overwegen”, vertelt Meester Van Laere. “Ervaren adviseurs die de kandidaat-koper bijstaan, weten dit en maken hiervan gretig gebruik”

## LAAT U OMRINGEN DOOR ERVAREN SPECIALISTEN

Het klinkt cliché, maar laat u bijstaan door ervaren adviseurs voor wie de marktpraktijk en M&A-gebruiken, standaarden en taalgebruik niet vreemd zijn. Het onderhandelingsproces is vaak een spel van geven en nemen (en zelfs ‘parkeren’ naar een later ogenblik) en een advocaat die vertrouwd is met de M&A-dynamiek en de typische knipperlichtclausules kan het verschil maken. Het verdient bovendien aanbeveling om uw advocaat zo vroeg mogelijk in het proces in te schakelen. Niet alleen kan deze u mentaal voorbereiden op het mogelijks lange en tijdrovende proces dat zich aandient, maar reeds bij de eerste vrijgave of uitwisseling van informatie worden de verhoudingen bepaald.

Vele bedrijfsleiders/aandeelhouders denken dat er voor een verkoop van aandelen een standaard model bestaat, zoals dat het geval is bij de aankoop van onroerend goed waarin alle verplichte vermeldingen staan. Niet is minder waar. Er bestaat een zeer grote contractuele vrijheid. Elke verkoop van aandelen is uniek en dient op vele vlakken op maat geschreven zijn. Uiteraard bestaan er contractuele clausules die in elke verkoop aan bod komen, maar het belang van personalisatie wordt dikwijls onderschat. Uiteraard speelt het bedrag van de transactie ook een rol: zo zal een overname van 1 miljoen EUR minder contractuele documentatie vragen dan een overname van 50 miljoen EUR.





Accountants zijn voor vele ondernemers het eerste aanspreekpunt ingeval een verkoop van de aandelen wordt overwogen. “Vooral bij kleinere overnames zien we hoe sommige ondernemers de volledige juridische begeleiding uitbesteden aan hun accountant, terwijl o.i. de combinatie van ondersteuning door accountants én advocaten strategisch ideaal is. Elk heeft zijn eigen rol én merites in dit proces. De cijfers van een vennootschap spelen natuurlijk een belangrijke rol in het proces (vooral bij de prijszetting), maar voor de juridische omkadering, de onderhandelingen, de juiste bewoording en vooral de risico-inschatting van bepaalde contactuele clausules bent u bij ons aan het juiste adres”, stelt Meester Van Laere. De prijs voor de aandelen is niet het belangrijkste in een dergelijk contract, maar wel uw rechten en plichten voor het geval wanneer het verkeerd zou lopen. Elke partij poogt immers om de grootst mogelijke contractuele bescherming in te bouwen. Het gebeurt helaas meer dan eens dat partijen tijdens de onderhandelingen

## BESCHERM UW BEDRIJFSGEGEVENS

Het eerste sleuteldocument van het verkoopproces is de zgn. “non-disclosure agreement” of geheimhoudings- of confidentialiteitsovereenkomst (“NDA”). Het is gebruikelijk dat kort na het eerste contact tussen geïnteresseerde partijen een eerste stroom van informatie wordt uitgewisseld: voorstelling van het bedrijf, organigram van de onderneming, kerncijfers, sleutelpersonen binnen de vennootschap; meestal betreft dit min of meer publieke informatie die in de vorm van een presentatie wordt gegoten zgn. “information memorandum”).

Zodra men dit punt voorbij is, is het kwestie van een solide NDA te sluiten: ter bescherming van de (al dan niet gevoelige) bedrijfsinformatie, fabrieksgeheimen, informatie over werknemers, prijszetting, contracten met leveranciers, enz. De NDA moet de koper ervan weerhouden om de informatie waartoe hij in het kader van de due diligence en onderhandelingen toegang krijgt, niet te gebruiken buiten de lijnen van het overnameproces of voor een ander doel dan de overname van de vennootschap (en deze ook niet te verspreiden). In een NDA kunnen ook nuttige afspraken worden gemaakt i.v.m. de exclusiviteit van de onderhandelingen, de timing, het contact tussen de koper en de werknemers, enz. Mocht de deal afspringen, kan de NDA ook de bezorgdheid van de verkoper opvangen dat de koper zijn werknemers zou trachten af te werven (binnen bepaalde grenzen). Dit document dient zorgvuldig samen met de ondernemer te worden opgemaakt.

Na de ondertekening van NDA kan de kandidaat-koper starten met het boeken- en/of zorgvuldigheidsonderzoek, de zgn. “due diligence”. Hierbij proberen de adviseurs van de kandidaat-koper risico's te identificeren en wordt onderzocht of de vennootschap alle toepasselijke regels heeft nageleefd.

## MAAK GEBRUIK VAN EEN VIRTUELE DATA ROOM

Om de due diligence gemakkelijker te maken, wordt er doorgaans een data room opgezet waarin zich alle informatie over de aandelen en de vennootschap bevindt. Dit is een belangrijke taak voor de verkoper, want onvolledigheid of onoverzichtelijkheid van de data room kan meteen al frustraties en zelfs wantrouwen bij de kandidaat-koper met zich meebrengen. Een data room is als het ware de chronologische informatiedatabank over de aandelen, de vennootschap, haar boekhouding, haar personeel en haar activiteiten. Meester Molly licht toe: “Essentieel hierbij zijn: orde, duidelijke benamingen, chronologische ordening en lijstjes! Houd alle informatie bij in een Excel-document: naam document, verantwoordelijke, bijkomende vragen, enz. Tegenwoordig valt het ook te verkiezen om een virtuele of online data room aan te leggen. Het comfort hiervan spreekt voor zich. Als bijkomend voordeel geldt hier ook dat de werknemers van het target bedrijf niet worden gestoord (of worden ingelicht)”. Tijdens een due diligence wordt ook vaak een vragenlijst opgesteld door de koper, die moet ingevuld worden door de verkoper of zijn adviseurs. Hoe sneller en gedetailleerder dit document, hoe vlotter het boekenonderzoek loopt. Een belangrijke vraag die in elke due diligence aan bod komt is of er “change of control” clausules zijn opgenomen in de overeenkomsten van de verkoper. Dit zijn clausules waarbij een contract kan worden opgezegd als de aandelen van eigenaar veranderen (bijv. bij kredieten). Als verkoper anticipeert u hier dus best op.

## ANTICIPEER TIJDIG OP EEN VERKOOPSPROCES

De praktijk toont echter aan dat niet elk bedrijf uit de startblokken kan schieten om een data room op korte termijn op te stellen. Een goede voorbereiding is ook hier fundamenteel. Het is niet overdreven om te stellen dat degelijke voorbereiding op een verkoopproces dikwijls 1 of 2 jaren ervoor aanvangt. Het is aan te bevelen om bijvoorbeeld tijdig de ‘persoonlijke kosten’ van de bedrijfsleider af te bouwen (zoals de aankoop van Ferrari, overdreven restaurantkosten, privé reiskosten, niet-marktconforme bezoldiging, etc.), zodat de boekhouding bij overname een waarheidsgetrouw bedrijfsresultaat weergeeft.

Vermeldenswaardig is dat ook de verkoper due diligence kan uitvoeren op de kandidaat-koper, inzonderheid naar zijn solvabiliteit en de mogelijkheid tot het betalen van de vraagprijs. Uiteraard is deze niet zo uitgebreid en meestal wordt dit vervangen door een beperkt aantal waarborgen op te nemen in de overnameovereenkomst.

## NEEM AFSTAND VAN DE ONDERHANDELINGEN

Het verdient aanbeveling om op voorhand duidelijk de rol van de verschillende verantwoordelijken binnen de target vennootschap te bespreken. Mogelijks lopen de belangen van de aandeelhouders, de CEO of de kaderleden die het verkoopproces mee begeleiden niet helemaal gelijk. Daar waar de aandeelhouders een one-shot transactie beogen met de koper (m.u.v. earn-out scenario), is het denkbaar dat de CEO graag aan boord van het bedrijf wil blijven en dus een vertrouwensrelatie met de koper wenst op te bouwen, die hij niet geschaad wenst te zien tijdens de onderhandelingen. Mogelijks botsen deze lange/korte termijnvisies en heeft dit een invloed op de wil tot toegeven of het sluiten van compromissen. Vaak wordt ervoor geopteerd dat de partijen niet bij alle onderhandelingen aanwezig zijn en dat bepaalde heikele punten door advocaten worden onderhandeld. “Door afwezig te zijn als verkoper bij de onderhandelingen, vermijdt u eveneens het risico om ogenblikkelijk op moeilijke vragen te moeten antwoorden”, zegt Meester Molly.



## **LAAT DE COMPETITIE SPELEN**

Probeer een competitief verkoopproces op gang te brengen en indien er slechts één geïnteresseerde is, tracht dit niet te laten blijken. Vaak wordt de verkoper ontmaskerd door de vraag van de kandidaat-koper naar exclusiviteit gedurende een bepaalde tijd. De vraag naar exclusiviteit wordt dikwijls gerechtvaardigd door de vaststelling dat de kandidaat-koper kosten moet maken in het kader van een due diligence, welke hij/zij niet nutteloos wens te maken mocht een derde met de aandelen aan de haal gaan. Volgens Meester Van Laere winnen zgn. "auctions" recentelijk aan populariteit, waarbij meerdere partijen biedingen kunnen uitbrengen en hun voorwaarden mogen formuleren. Er wordt dan enkel met de interessantste partij(en) verder onderhandeld.

Samen met uw adviseurs de gebruikelijke waarderingsmethodes in de sector en bij concurrenten onderzoeken, maakt de kans op gelijkwaardige prijsverwachtingen van beide partijen reëler. Het voorstellen van een onrealistische prijs kan de onderhandelingen al meteen doen afbreken dan wel een slechte of onprofessionele indruk wekken bij de tegenpartij.

## **PAK DE PIJNPUNTEN AAN BIJ DE AANVANG**

Het tweede sleuteldocument in het proces is de intentieverklaring of "letter of intent" (afgekort LOI). Besteed voldoende tijd en energie aan de onderhandeling en redactie van de "letter of intent". Maar al te vaak willen partijen zo snel mogelijk van start gaan en wordt te weinig aandacht besteed aan de "letter of intent". Nochtans worden in dit document de krijtlijnen van de overname vastgelegd welke nadien niet meer gewijzigd kunnen worden, althans is het aan te raden om dit document in die zin aan te wenden. "De onderhandelingspositie van de verkoper is voorts het sterkst op dit punt in het proces" stelt Meester Van Laere. Na het zien van bepaalde risico's (zgn. "red flags") tijdens de due diligence of nadat exclusiviteit aan de geïnteresseerde koper werd verleend, verschuift de onderhandelingsmarge (zgn. "leverage") meestal van de verkoper naar de koper, die zich mentaal steeds sterker weet staan. Als verkoper benut u dit momentum dus best optimaal. De LOI kan volgende essentiële elementen bevatten: prijs of prijsvork met determinerende factoren, betalingsmodaliteiten, mogelijke prijsaanpassingen, exclusiviteit en de omvang en tijdsduur hiervan, confidentialiteit, bindend karakter van de bepalingen, tijdslijn, organisatie van due diligence, andere hoofdlijnen van de transactie.

Beide partijen hebben dus baat bij een duidelijke en goed uitgewerkte LOI.

## **FOCUS OP DE STRATEGISCHE FIT**

Een al te vaak onderschat element zijn de synergiën die bestaan tussen koper en verkoper. Het kan zeker geen kwaad deze te herhalen of te beklemtonen tijdens de onderhandelingen. De resultaten van de target vennootschap kunnen boosten dankzij de overname en de zogenaamde "strategic fit" verdient de nodige nadruk. Hoe duidelijker de synergiën, des te aantrekkelijker een overnamescenario wordt voor de koper.

## **LET OP MET VERKLARINGEN EN GARANTIES**

Het orgelpunt van de transactie is uiteraard de eigenlijke overeenkomst tot overdracht van aandelen oftewel de "share purchase agreement" (afgekort de "SPA"). Een goed geredigeerde SPA is onontbeerlijk. Elk woord in de overnameovereenkomst dient te worden nagelezen en zoveel mogelijk details van de overname dienen in de overeenkomst te worden opgenomen. Wie de pen hanteert, staat in eerste instantie aan het roer en legt het kader van de verdere onderhandelingen vast. Meester Molly duidt erop dat het doorgaans de koper is die het eerste ontwerp opmaakt. De bouwstenen waarop de auteur van de SPA zich zal baseren zijn o.m. de aandachtspunten uit de due diligence, de mogelijke opschortende voorwaarden voor de transactie, de prijs en al haar onderdelen en betalingsmodaliteiten en - last but certainly not least - de verklaringen en garanties, welke bij schending na de overname aanleiding kunnen geven tot (hoge) schadevergoedingen. "De bewoording van de verklaringen en garanties zijn dermate essentieel, dat u dit beter 20 keren leest alvorens te aanvaarden", adviseert Meester Molly.

## VERMIJD UITGESTELDE BETALINGEN

Op het vlak van de prijs wordt een earn-out constructie dikwijls naar voren geschoven door de kandidaat-koper. De betaling van een onderdeel van de prijs hangt dan af van de (commerciële / financiële) resultaten die na de overname worden gerealiseerd door één van de verkopers die (gedurende een overgangperiode) verder in het bedrijf zal werken. In feite financiert de verkoper een deel van de overname doordat hij instemt met een betalingsuitstel. Een zorgvuldige redactie van de earn-out clause kan niet worden onderschat. “In M&A middens wordt nogal eens smalend gezegd dat de “earn-out” het deel van de prijs is die men nooit ontvangt”, weet Meester Van Laere. Indien een verkoper aan boord blijft en zijn inspanningen, gecombineerd met het resultaat van de onderneming, bepalend zijn voor de prijs, blijven de belangen van koper en verkoper ogenschijnlijk na de transactie naast elkaar lopen, maar de werkelijkheid is dat goesting om te betalen bij de koper dikwijls afneemt naarmate de tijd verstrijkt. Hoewel een earn-out de verdienste heeft van de “price gap” tussen koper en verkoper kleiner te kunnen maken en dus faciliterend kan werken, is de redactie ervan in veel gevallen een broeihaard van oneindige discussies. De verwoording hiervan is tijdrovend, maar werpt wel zijn vruchten af.

## BEHEERS DE FISCALE EN SOCIALE ASPECTEN

Tot slot dient men ook steeds “the bigger picture” te bekijken. Zowel fiscaal- als sociaalrechtelijke issues kunnen de transactie en haar modaliteiten beïnvloeden. Fiscale overwegingen kunnen de structuur van de transactie (mede) bepalen. Zo kan de verkoper meer oog hebben voor een vrijgestelde meerwaarde op aandelen, terwijl de koper eerder interesse heeft in een “asset deal” waarbij hij de werkelijke waarde kan afschrijven. De prijs zal in beide scenario's anders zijn.

Onderschat bovendien ook de sociaalrechtelijke gevolgen van de overname niet. Voor het personeel betekent een overname van de onderneming een enorme professionele verandering, die gepaard kan gaan met veel ergernissen en bezorgdheden. Hoewel dit tijdens de onderhandelingen niet op de voorgrond komt, heeft ook de verkoper baat bij een gemoedelijke overgang waarbij noch de personeelsleden noch het management van de overnemer voor verrassingen komen te staan. Communicatie is hier cruciaal: wordt het personeel op dezelfde manier gemotiveerd? Kunnen dezelfde voorwaarden worden aangehouden? Zijn er essentiële elementen van de arbeidsovereenkomsten die zullen worden gewijzigd (op korte of lange termijn) – dit is van groot belang gezien dit kan worden gelijkgesteld met een onrechtmatig ontslag. Sociale onrust kan een overname doen afspringen.

Kortom, voor een geslaagde verkoop is een juridische ondersteuning op maat onontbeerlijk. We zijn er om u te helpen!



Meer info:  
De Broeck Van Laere & Partners  
Meester Didier Van Laere  
Louizalaan 209A  
B-1050 Brussel  
Tel: +32 2 423 00 42  
[www.dvp-law.com](http://www.dvp-law.com)

# FLAMANT

YOU'RE HOME

Met onze collecties maak je  
van je huis een warme thuis.  
Of je nu kiest voor een accessoire  
of een volledig interieur.  
Dat is de kracht van a *touch of Flamant.*

[flamant.com](http://flamant.com)

AIX-EN-PROVENCE / ANTWERPEN / BRUSSEL / PARIJS / PARIJS@BHV / SINT-GENESIUS-RODE / SINT-MARTENS-LATEM



## - JEWELRY MADE EXCLUSIVELY FOR YOU -

Wenst u persoonlijk met ons kennis te maken?  
Kom genieten van onze nieuwste creaties op één van onze exclusieve events zoals op  
Coutre MAM, Gent. Volg onze agenda via instagram @ xclsv\_by\_voss

**'Meet us were Beauty Reigns'**



**COUTRE** Passion for Business and Art



## Beleef. Creëer. Excelleer.

Er is weinig onmogelijk. Ervaring, passie en innovatie laten ons toe om oplossingen voor te stellen die u onbeperkt van muziek laten genieten. Waar dan ook. No limits. Wij helpen u de juiste keuze te maken uit een reeks topproducten. Want het verschil tussen klank en emotie is het advies. Dat is al jaren ons credo. Dat is al jaren onze opdracht.



### **SHOWROOM LEUVEN**

Tiensesteenweg 348, 3000 Leuven  
T 016 29 23 90 • GSM 0477 56 19 35

### **SHOWROOM SINT-MARTENS-LATEM**

Kortrijksesteenweg 33, 9830 Sint-Martens-Latem  
T 09 223 88 33 • GSM 0477 56 19 35

**[WWW.STEVENS-HIFI.BE](http://WWW.STEVENS-HIFI.BE)**

**GESPECIALISEERD  
IN ONZICHTBARE  
LUIDSPREKERS**



“The earth has music  
for those who listen”

W. Shakespeare

**STEVENS**

HiFi and Home Entertainment

**OPENDEURDAGEN**

**25, 26 EN 27 NOVEMBER 2022**

Sint-Martens-Latem

**VANAF 10H<sup>00</sup> DOORLOPEND DEMONSTRATIES**

# LENGERS YACHTS: LUXUEUZE JACHTEN MET TOPSERVICE **VAREN ZONDER ZORGEN**

Een jacht laat toe je grenzen te verleggen. Je kan zorgeloos varen wanneer je wilt en genieten van de open zee in het gezelschap van vrienden en familie. Als je op zee bent, betekent dat evenmin dat je het comfort van thuis vaarwel moet zeggen. Als gecertificeerde high-end jachtmakelaar weet Lengers Yachts als geen ander hoe iedereen de vaarervaring van zijn/haar dromen kan beleven. Het Nederlandse familiebedrijf staat al jarenlang bekend als verdeler van hoogstaande jachtmerken en kondigt nu aan een eigen merk op de markt te brengen onder de naam Stratos.

TEKST: WIM VAN DER HAEGEN - FOTO'S: LENGERS YACHTS





## EEN VERHAAL VAN GENERATIES

Een jacht is een grote investering, dus kies je maar best meteen voor het juiste bedrijf. Dat kan perfect door in zee te gaan met een makelaar die meer doet dan de verkoop alleen. Lengers Yachts koppelt een jarenlange ervaring aan een uitgebreide knowhow en voegt daar een uitstekende service aan toe. Voor een luxejacht zonder stress ben je daar probleemloos aan het juiste adres.

Lengers Yachts kan bogen op een rijke geschiedenis. Al in 1970 stampte de Nederlandse Hans Lengers Sr. het bedrijf uit de grond. Ondertussen staat met Bas Lengers, ondersteund door zijn zus en tweelingbroer, de derde generatie aan het roer van de familieonderneming. In die vijftig jaar heeft het bedrijf zich ontpopt tot een sterke internationale speler met zeven kantoren in Nederland, Duitsland, België, Spanje en Finland. In België opende het bedrijf in 2021 een eigen vestiging aan de Zeedijk in Knokke-Heist met Philippe Van De Ryse als Sales Director. Dankzij een mooie mix van merken heeft Lengers Yachts een jacht voor iedereen. Het bedrijf is de erkende dealer van de prestigieuze jachtmerken Sanlorenzo, Bluegame, Prestige en Sacs. Bluegame en Sanlorenzo combineren Italiaanse knowhow met memorabele designs. Prestige op zijn beurt gelooft sterk in l'art de vivre, terwijl Sacs de klemtoon legt op exclusiviteit en ongeëvenaarde jachten.

## ALLROUND SERVICE

Lengers Yachts onderscheidt zich door de 'allround' aanpak. Van de zoektocht naar een jacht tot het papierwerk, je vindt er het antwoord op al jouw vragen. Samen met de klant gaan de ervaren medewerkers op zoek naar het schip van je dromen. Dankzij het enorme aanbod vindt elke geïnteresseerde ongetwijfeld het jacht dat alle vakjes afvinkt. Een schip vereist natuurlijk ook een ligplaats. Lengers Yachts noemt zichzelf - terecht - de snelste voorziener van een ligplaats op de markt en veroverd voor de klant de beste plek in de haven. Voor de koudere maanden kan het bedrijf ook een winteronderkomen voorzien. Bij de aankoop komt natuurlijk flink wat papierwerk kijken, maar ook hier hoeft niemand zich zorgen te maken. Het Lengers-team neemt ook dat aspect met plezier voor zijn rekening in nauwe samenwerking met ervaren professionals binnen het domein. Je kan bij het bedrijf eveneens terecht voor dienstverleningen zoals service en onderhoud. Het professionele personeel ontfermt zich, conform alle veiligheidsmaatregelen, over het schip bij een Lengers-kantoor of op een locatie naar keuze. Zo wordt niet alleen de aankoop en het vinden van een ligplaats, maar ook het onderhoud van het jacht een stressvrije bedoening. Wil je een jacht of ligplaats verhuren of verkopen? Ook dat regelt deze jachtmakelaar. In het uitgebreide klantennetwerk gaat Lengers op zoek naar de ideale koper of huurder van jouw schip (van eender welk merk) of ligplaats en wordt steevast een competitieve prijs bedongen. De mate van service en ondersteuning is in de sector zonder meer uitzonderlijk, precies omdat de Lengers familie veel belang hecht aan langdurige en sterke relaties met hun klanten. Wie als jachteigenaar kiest voor Lengers Yachts, staat er nooit alleen voor.



## STRATOS

Omdat de zin voor innovatie in het DNA van het bedrijf ingebakken zit, werkt Lengers Yachts momenteel volop aan de lancering het eigen merk Stratos. Omdat een eigen merk oprichten geen sinecure is, nam Lengers Yachts in september Schaap Shipcare over van Leen Schaap, een naam als een klok in de scheepvaartwereld, niet in het minst dankzij de twee racejachten die de Ocean Race zegevierend afsloten. 'Een noodzakelijke stap om op de toenemende vraag van ons bedrijf te kunnen anticiperen en verder te groeien', luidt het bij Lengers. Schaap Shipcare vaart voortaan verder onder de vlag 'Lengers Marine Center'. Leen Schaap zelf kijkt alvast uit naar de samenwerking: "Ik ben altijd gefascineerd geweest door de manier waarop Bas en zijn team opereren. Verkopen en zakendoen zit in hun bloed. Ik ben dan ook erg blij met deze volgende stap en ben ervan overtuigd dat dit zal bijdragen aan de mooie toekomst van Lengers Yachts."

Ook Bas Lengers liet weten het volle vertrouwen te hebben in de expertise van Leen Schaap. Het Marine Center in Lelystad zet de diensten van Schaap Shipcare verder door onder meer de gelcoat van jachten te repareren en op verzoek complete renovaties uit te voeren. Deze diensten gaat Lengers Yachts vanaf nu zelfs aanbieden op grotere schaal. De extra vestiging van in totaal bijna 26.000 m<sup>2</sup> biedt Lengers Yachts ook de mogelijkheid om het eigen merk Stratos te lanceren. "Zo hebben we de volledige controle over de bouw van onze schepen, wat ik erg belangrijk vind in deze ongekende tijden", stelt Bas. Precieze details volgen later, maar Lengers licht alvast een tip van de sluier: de 'Quote' wordt een vijftien meter lang high-end jacht en zal pure luxe uitstralen.

## ITALIAANSE KNOWHOW

Vanzelfsprekend blijft Lengers Yachts ook zijn activiteiten als dealer van gerenommeerde merken ter harte nemen. Sanlorenzo-jachten gaan prat op de laatste technologieën en zijn op maat gemaakt in oersterk polymeer (GRP of Glass Reinforced Plastic), staal of aluminium. De boten hebben bovendien een kenmerkend klassiek design dat hen onderscheidt van de rest. Lengers Yachts is de exclusieve merkvertegenwoordiger van Sanlorenzo's luxejachten in Duitsland en de Benelux, en bovendien een van de best presterende dealers wereldwijd.



Bluegame maakt sinds 2018 deel uit van Sanlorenzo en is gekend voor zijn jachten die tegen een stootje kunnen. De bedenker van deze robuuste jachten is Olympisch zeilkampioen en architect Luca Santella. Hoe ruig de zee ook is, op de schepen van Bluegame zit je steeds gerust. Het merk biedt keuze uit twee gamma's: enerzijds de BG-lijn met twee exclusieve sportjachten, anderzijds de BGX-lijn met twee soorten motorboten. Elke Bluegame-jacht wordt gepersonaliseerd om perfect aan de individuele eisen van de klant te voldoen. Lengers Yachts is de officiële Bluegame dealer voor Nederland, Luxemburg, België, Oostenrijk en Malta.





## WERELDPREMIÈRES

Lengers Yachts is vanzelfsprekend aanwezig op alle grote bootevenementen, de ideale gelegenheid voor geïnteresseerde kopers om een kijkje te nemen naar het aanbod van de verschillende merken. De meest recente events waren Hiswa te Water, het Cannes Yachting Festival, de Genoa Boat Show en de Monaco Yacht Show. Vooral het zesdaagse Cannes Yachting Festival in september was voor Lengers Yachts een extra opwindende editie omdat het bedrijf er twee gloednieuwe modellen van Sanlorenzo mocht introduceren. De prestigieuze botenbeurs aan de Côte d'Azur stelt jaarlijks de meest uitzonderlijke Europese schepen tentoon. Dit jaar namen 600 exposanten deel en kwamen meer dan 50.000 bezoekers langs om de 650 boten, waarvan 135 wereldpremières, te bezichtigen. De vloot van Lengers Yachts omvatte zestien schepen: vijf van Bluegame en elf van Sanlorenzo, waaronder dus ook de twee wereldpremières in vorm van de semi-displacement SD90 en de open coupé SP110. Met deze schepen benadrukt het merk nogmaals zijn aandacht voor duurzaamheid. De jachten verbruiken beduidend minder energie en bevatten materialen uit alternatieve bronnen.

De SD90 bestaat uit twee en een half dek en een open flybridge. De Spaanse architecte en ontwerpster Patricia Urquiola nam het interieurdesign voor haar rekening. Zij vond inspiratie in het maritieme leven zodat je ook binnenin het jacht een maximale connectie voelt met de buitenwereld op zee. Ook Urquiola koos voor duurzame materialen uit alternatieve bronnen.



Het SP110 model is bij Sanlorenzo het eerste schip met een open coupé. Het sportjacht is de eerste telg van het Smart Performance gamma en combineert milieubewustzijn met ultiem comfort. De prestaties van het jacht zijn optimaal dankzij een fractioneel aandrijfsysteem dat bestaat uit drie veel kleinere motoren. Het rompontwerp door de Italiaanse specialist Marco Arnaboldi perfectioneert het gebruik van hydrojet-aandrijving en is duurzaam, aangezien het schip uitgerust is met een energierugwinningssysteem op basis van mono-kristallijne zonnepanelen. Ook qua design onderscheidt dit gamma zich dankzij het wereldbekende Zuccon International Project dat tekende voor een jacht met een unieke uitstraling dankzij de ongewone vormen, aerodynamische lijnen en verrassende kleuren. Interieurexpert Piero Lissoni nam de binnenkant voor zijn rekening en toverde de twee verdiepen om tot een 'verticale loft'.

## COMING SOON

Binnenkort zal Lengers Yachts te zien zijn op nog twee andere grote beurzen. Begin december staat het bedrijf op de Masters Expo in Amsterdam. Deze exclusieve zakenbeurs is de perfecte gelegenheid voor innovatieve denkers om elkaar te leren kennen en zaken te doen. Er is steeds een grote variëteit aan branches te ontdekken, zoals auto's, boten, horloges en design. Nog iets verder in de toekomst, in januari 2023, zal het Lengers-team haar jachten ook presenteren op de grote botenbeurs Boot Düsseldorf.

Interesse? Neem gerust een kijkje op een van deze beurzen of neem contact op met Lengers Yachts.



Meer info: [www.lengersyachts.com](http://www.lengersyachts.com)

# LEBEAU-COURALLY BRENGT BELGISCHE ONDERNEMERS SAMEN

Een goede Belg is optimist, trekt zijn plan en is solidair. Niet voor niets luidt het devies op ons Belgische wapenschild: "Eendracht maakt macht". Het verbaast dan ook niet dat ondernemers zich in de naweeën van Corona verenigen, van gedachten wisselen en elkaar wederzijds moreel steunen. Een prachtig initiatief in die zin kwam van Eveline Deprez, echtgenote van topindustriële Joris Ide. Zij besloot deze 9 Belgische ondernemers rond zich te scharen ter gelegenheid van een fotoshoot rond hun respectievelijke producten:

- **Lebeau-Courally by Joris Ide**
- **Oni Onik / NXI by Jan Jr. Vanhoutte, Dicky Vanhoutte en Hélène Verstraete**
- **Butch Tailors by Dominique Vindevogel**
- **Maxime Tanghe by Maxime Tanghe**
- **Wijndomeinen Lucia en La Rousselle by Enzo Ide**
- **Mary's collection by Isabel Baeyaert/ Vanderhaeghe**
- **Casa del Tabaco by Dominique Gyselinck/ Dechamps**
- **House of Porters by Pieter Porters**
- **Le Parfum de Nathalie by Mevrouw Nathalie Baeten/Coucke**

TEKST: FILIP VANHAECKE - FOTO'S: ELIEN JANSEN

Wat hen verbindt, is in de eerste plaats hun belgitude, hun Belg-zijn en het feit zich daar goed bij te voelen. Maar bovendien vervaardigen ze één voor één, elk in hun specifiek domein, exclusieve, hoogkwalitatieve, ambachtelijke producten, die ze aan hun klanten aanbieden. Zij doen dat met een grenzeloze liefde, passie en gedrevenheid. .

## LEBEAU-COURALLY AMBASSADEUR HERBERT FLACK

Dient Herbert Flack nog voorgesteld te worden? Met recht en reden kan hij bogen op een schitterend palmares van film-, televisie- en theaterproducties. Daarnaast neemt hij ook graag het ambassadeurschap voor de goede zaak waar, in casu Belgische kwaliteitsartikelen van Lebeau-Courally. Hij verklapte waarom: Hoewel ik uiteindelijk acteur werd, ben ik oorspronkelijk begonnen als diamantair, 'diamantklover' zeg maar. Ik heb dus een grenzeloos respect voor mensen die iets met hun handen doen. En dat kan je van het vervaardigen van jachtgeweren,

horloges en handtassen wel zeggen, toch? Bij het uitbreken van de pandemie was ik op theatertournee in Vlaanderen. We waren net in première gegaan. En plots wordt de 'prise' uitgetrokken. Stop, alles gedaan! Maar wat is het grote punt? De mond-tot-mondreclame valt stil, niet alleen in onze branche, maar ook in de ondernemerssector. Concreet houdt dat in dat bij mensen die eventueel iets willen kopen de goesting gewoon afgeknipt wordt. Nu, twee jaar later, zie en voel ik dat het ondernemerschap, gelukkig, nog steeds leeft. Ik hoor onze Belgische ondernemers roepen: "We zijn er nog!" Ik heb enorme bewondering en respect voor mensen als Joris Ide die de stamina hebben om te beslissen: "Wij blijven hier en we maken schone dingen". Daarom wil ik graag in de bres springen voor deze hoogkwalitatieve Belgische ambachtelijke producten en ze mee helpen promoten. Ik was in het verleden reeds ambassadeur van Lebeau-Courally en kon met eigen ogen zien hoe gecharmeerd mensen telkens raakten toen ze hoorden dat het om een Belgische onderneming ging. Ja, dit soort patriottisme tikt nog aan.





## JACHTGEWEREN, HORLOGES EN LEDERWAREN

Horloges en vuurwapens hebben sinds de 15e eeuw een gedeeld verhaal. De woordenschat in de horlogekunst herinnert ons eraan dat zij haar evolutie naar miniaturisering voor een groot deel dankt aan technische ontwikkelingen in een ander domein, dat van de vuurwapens. Voor de 17e eeuw bestond het vak van wapensmid niet als specifiek beroep. De verschillende onderdelen werden ieder vervaardigd door andere ambachtslui. De ijzersmid smeedde de loop, maar voor het afstellen van het slagmechanisme klopte men bij de horlogemaker aan. Uit die periode dateert een reeks termen die wapens en horloges verbinden: 'platine', 'kaliber', 'balans', ... En een historische thuis haven voor de fijne mechanismen die zij delen: Luik! Tot op vandaag worden de wapens van Lebeau-Courally nog steeds vervaardigd in de stad aan de Maas die sinds de middeleeuwen reeds het Europese centrum van de wapenproductie is. Het verhaal van Lebeau-Courally start ook hier ergens midden de 19e eeuw droomt de jonge Auguste Lebeau ervan het mooiste jachtgeweer ooit te creëren. De wapenfabriek van Lebeau groeide en bloeide, en reeg prijzen en medailles aaneen, zowel in binnen- als buitenland. In 1894 kreeg Auguste assistentie van ene Ferdinand Courally, die zijn zakenpartner werd. Voortaan heette de manufacture 'Lebeau-Courally'. Echter, in 1896 gaat Lebeau met pensioen, maar Courally gaat onverdroten verder met de uitbouw van het bedrijf en brengt de reputatie van het luxejachtgeweer tot een sublieme hoogte. In de daaropvolgende decennia behoudt Lebeau-Courally haar marktpositie.

In 2010 verwerft de Belgische industrieel Joris Ide, zelf een verwoede jager, de merknaam, maar wil het vakmanschap en de onberispelijke precisie van de wapenbouw voortaan ook toepassen in de horlogesector. Naast horloges gaat Lebeau-Courally ook jachtlederwaren en maroquinerie verdelen, zorgvuldig met de hand bewerkt in hun eigen atelier nabij Dijon. In deze typische 'atelier de cuir' lieten in de vorige eeuw de meest notoire Franse modehuizen hun uitzonderlijkste stukken maken. De vakmensen uit het atelier in Dijon behoren tot de meest gerespecteerde in hun branche. Het leder wordt op specifieke wijze besteld, behandeld en geleverd door leerlooierijen uit Frankrijk en Italië die alleen maar werken met vellen van uitzonderlijke kwaliteit. De bijzonder gedetailleerde afwerking van de maroquinerie is zonder meer onovertroffen. Ook het slot, gebaseerd op het slot van een jachtgeweer en ontworpen door Axel Enthoven, is vervaardigd uit de meest nobele metalen en zit bijzonder ingenieus in elkaar. Dit zorgt ervoor dat ook bij de lederwaren het artisanale karakter en de verfijnde precisie gegarandeerd is.



De covid periode schiep de kans om creatief te zijn en na te denken over het herpositioneren van de boetieks. Deze kans werd benut om de uurwerken, lederwaren en jachtlederwaren onder te brengen in de nieuwe Lebeau-Courally Headquarters Experience Boutique in Brugge, opgevolgd door Jarid Van Cauwenberghe, een dynamische jongeman met een passie voor al wat mooi en artistiek is. Met vuur verdedigt hij zijn producten: “Een mechanisch uurwerk met complicaties, zoals onze uurwerken, worden vervaardigd in een manufacture door ambachtslui of “kunstenaars”, het zijn in feite kunstwerkjes die je rond je pols kan dragen. In elk product komt het uitzonderlijke vakmanschap naar boven en dat ervaar je ook bij het dragen van een Lebeau-Courally handtas of uurwerk.”



### **ONI-ONIK/ NXI BRUIDSJURKEN, AVONDKLEDIJ EN PRÊT-À-PORTER**

Oni Onik Fashion Creations is een bloeiend confectiebedrijf met basis in Oostnieuwkerke.

Het bedrijf, opgericht in 1962, wordt gerund door Jan Jr. Vanhoutte en zus Dicky. Na aanvankelijke specialisatie in hoogwaardige kinderkledij, schakelden ze begin jaren zeventig over op het ontwerp en productie van avond-, bruids- en cocktailkledij voor dames onder het label ONI ONIK en wordt verkocht via gespecialiseerde bruidswinkels in gans Europa.

NXI (uitspreken als INIKSI) is de tweede modelijn en de nieuwe generatie binnen het bedrijf, onder impuls van Hélène, dochter van Dicky. Deze collectie staat voor toegankelijke prêt-à-porter en cocktailkledij. Deze collectie wordt verkocht via de betere multibrandboetieken.

Met trots stellen Dicky en Jan Jr. graag hun zaak voor: “Oni Onik Fashion Creations is dus een echt familiebedrijf met eigen ontwerp en productie. Indien niet het enige, dan toch één van de weinigen die nog alles 100% in België ontwerpt en produceert, waardoor leveringstermijnen kunnen beperkt worden tot 2 à 3 weken. Net zoals Lebeau-Courally kunnen wij ook stuk- en maatwerk leveren en kunnen we dus ingaan op de specifieke vragen en wensen van de klanten. Als we zien dat klanten gelukkig zijn met onze kledij en bijv. een schitterend huwelijksfeest beleven, dan zijn wij zelf ook gelukkig. Dit is één van de redenen dat wij alles in eigen beheer en hier in België willen houden en waardoor we tegemoet kunnen komen aan de individuele en gepersonaliseerde wensen van onze klanten”.

Beide merken werken dan ook graag samen met de andere partners voor deze fotoshoot. Stuk voor stuk bedrijven die kwaliteit, service en klantgerichtheid op de eerste plaats stellen en fier zijn echt Belgische merken te zijn.

## **BUTCH** **THE FLYING TAILOR**

Butch Tailors maakt kwaliteitskleding sinds 1956. Het werd in de jaren negentig overgenomen door Dominique Vindevogel. Hij kwam aan het hoofd te staan van de firma en bouwde ze succesvol verder uit dankzij een goed uitgekende toekomststrategie. Hierbij kon hij steunen op de aanwezige traditie, knowhow en zijn ervaren vakmensen. Butch onderscheidt zich door perfectie tot in het detail.

Dominique is gevestigd in België, maar heeft ook heel veel klanten in het buitenland: "We zijn Belgisch, hebben de juiste mentaliteit, maar zijn net zoals onze partners wel global-minded. Butch maakt herenconfectie, meer bepaald maatkledij. Ik krijg vaak aanvragen van bedrijfseigenaars voor specifieke projecten. Maar ik werk ook voor privépersonen. Ik had ook het genoegen dhr. Flack te leren kennen en een maatpak in Engelse tweedstof voor hem te creëren. Het zal gebruikt worden voor de fotoshoot. Mijn werk ligt in dezelfde lijn als Oni Onik, maar zij zijn gespecialiseerd in dameskledij, terwijl ik me vooral toespits op de heren. Het gebeurt dat ik door bedrijven aangezocht wordt voor een mix-project, dus mannen én vrouwen, en dan profiteer ik graag van hun expertise om samen iets tot stand te brengen". Ik leer enorm bij, iedere dag, en dat is uniek! Je gaat om met mensen op een heel persoonlijke manier, heel privé. Voor mij is dat een privilege.



## **MAXIME TANGHE**

Maxime Tanghe is de vijfde generatie van een schoenenfamilie TANGHE die sinds 1897 actief is binnen de schoenenwereld. Maxime is net als zijn voorgangers gedreven door passie en oog voor vakmanschap. Het Belgisch merk "Maxime Tanghe" staat garant voor kwalitatieve herenschoenen, gekenmerkt door een eigen tijdloze & klassevolle stijl. De klant geniet van "handmade" luxury shoes en kan op die manier zijn persoonlijk statement naar de buitenwereld uiten.



## LUCIA EN LA ROUSSELLE

Met Parker quotaties van 90/92+ kan het niet anders dan dat zowel Lucia als Château La Roussele tot de beste ter wereld behoren. Lucia, geklasseerd als een Saint-Emillion Grand Cru is gelegen op het plateau calcaire van Saint-Emilion, Château La Roussele vinden we terug in de Fronsac regio. Met hun intense fruitkarakter en mooi gestructureerde tannines zijn ze een ideale partner voor de fijnste vleesgerechten. Samengesteld door gerenommeerd oenoloog Stéphane Derenencourt kennen zowel Lucia als La Roussele een zeer arbeidsintensieve productie met handpluk en manuele triage, na de triage worden beide wijnen gedurende 12 tot 18 maanden gegist in Franse eiken vaten. Echte aanraders dus!

## MARY'S COLLECTION

Mary's Collection is ontstaan uit een passie voor de jacht en het najagen van een droom. Als fervent jaagster vond ik het spijtig dat er voor vrouwelijke jagers weinig modieuze kledij ter beschikking was. Met een tijdloze stijl en comfort in het achterhoofd botste ik al snel op een Britse stijl. Mijn collectie omvat luxe tweed en de fijnste kasjmier truien. Daarnaast heb ik ook broeken, jassen, ... die de look compleet maken.

Bij Mary's Collection is de persoonlijke service essentieel, dit gaat van huisbezoeken tot home-party's waar de mooiste looks samengesteld worden op maat en naar wens van de klant.



## CASA DEL TABACO

Mijn verhaal begon toen ik in het jaar 2000 mijn eerste sigaar rookte, ik raakte meteen gefascineerd door het vakmanschap en de complexiteit van het product. De maanden daarna besloot ik mij te verdiepen in de sigarenwereld tot ik het volgende jaar besloot mijn eerste winkel te openen. De jaren erna zijn er nog verschillende vestigingen gevolgd verspreid over Vlaanderen en Brussel. Toen ik in 2016 in Cuba de prijs 'Hombre del Habano' in ontvangst mocht nemen was dit een unicum. Voor de eerste maal in de geschiedenis werd deze prijs overhandigd aan een vrouw. In 2020 hebben we in het Verenigd Koninkrijk een collega overgenomen, waardoor we nu daar ook een mooie voet aan de grond hebben. Mede door deze overname hebben we nu ook onze eigen spirits op de markt die een zeer mooie aanvulling vormen op ons assortiment. Begin dit jaar besloten we om samen met Plasencia Cigars een eigen sigarenlijn op de markt te brengen. Deze lijn bestaat uit elegante, zachte sigaren met toetsen van koffie en chocolade. De samenstelling van deze sigaar werd door mezelf uitgekozen, enkel met tabak uit Nicaragua, waar deze sigaren ook met de hand gerold worden. Momenteel hebben we 2 modellen op de markt, een wat dikkere toro en een elegante lancero. De kenmerkende rode kist maakt het helemaal af.



## HOUSE OF PORTERS

Pieter Porters startte zijn professionele loopbaan als succesvol bloemist. Op twintigjarige leeftijd ging hij zich richten op de totaalinrichting van interieurs in zijn typische warme en tijdloze stijl: House of Porters was geboren! Ondertussen is House of Porters een begrip geworden in de wereld van binnenhuisinrichting en decoratie. Tot ver over de landsgrenzen heen verzorgt Pieter Porters samen met zijn team unieke totaalprojecten die zijn typische signatuur dragen of brengt hij extra sfeer in bestaande interieurs.

## LE PARFUM DE NATHALIE

Eén geur. Veel emoties. Innemende momenten. Herinneringen die verbinden. Le Parfum de Nathalie is een exclusieve lijn van geur- en verzorgingsproducten die een vleugje elegantie, warmte, luxe en gezelligheid toevoegen aan plaatsen die voor u bijzonder zijn. Onderneemster Nathalie Baeten – Coucke ontwikkelde met het 'Mountain Chic' parfum haar eigen geurlijn, die aanvankelijk enkel was bedoeld voor de badkamerproducten in hun hotel Le Sanglier des Ardennes in Durbuy. De vele enthousiaste reacties van de hotelgasten hebben Nathalie er uiteindelijk toe aangezet om een exclusief gamma op de markt te brengen met geurkaarsen, homespray, geurstokjes en diverse hoogkwalitatieve lichaamsverzorgingsproducten. Een geur die iedereen raakt, met klasse en stijl gepresenteerd. Een magisch geschenk dat weelde en sensualiteit uitstraalt. Hét ideale cadeau voor elke gelegenheid, voor familie, vrienden, klanten of uw zakenrelaties. Laat Le Parfum de Nathalie al uw zintuigen prikkelen.



Voor verdere info:

<https://www.lebeau-courally.com/>

<https://oni-onik.be/>

<https://www.butchtailors.com/>

<https://www.maximetanghe.com/>

<https://leparfumdennathalie.be>

<https://www.lacasadeltabaco.com/>

<https://houseofporters.com/>



## VEROLIFT: VOOR ELKE LIFT DE JUISTE OPLOSSING **ALS KWALITEIT EN MAATWERK PRIORITEITEN ZIJN ...**

Al sinds 1998 staat de naam Verolift synoniem voor kwalitatief hoogstaande liften. Dat slaat niet alleen op de liften zelf, maar evenzeer op de servicegerichte totaalaanpak die het ervaren team elke keer opnieuw hanteert. Doordacht advies, ontwerp, installatie, modernisatie, onderhoud, depannage en herstelling, het maakt allemaal integraal deel uit van de missie van de specialist uit Sint-Martens-Latem.

TEKST: WIM VAN DER HAEGEN - FOTO'S © VEROLIFT

## DOORDACHTE AANPAK

Hoogoplopende kosten in rust- en verzorgingstehuizen of assistentiewoningen maken dat mensen vandaag de dag graag zo lang mogelijk in de eigen huiselijke omgeving vertoeven. Voor mensen die in een huis wonen met meerdere verdiepingen, kan dat op termijn een probleem vormen als het op vlak van mobiliteit wat minder gaat. In dat geval is een huislift – naast autoliften en liften voor commerciële toepassingen één van dé specialiteiten van Verolift – de ideale oplossing om zich probleemloos naar boven of beneden te verplaatsen. De onderneming staat al veel langer dan vandaag bekend om zijn doordachte aanpak die naast kwaliteit ook op duurzaamheid is gestoeld. En dat zowel voor privéliften in woningen en appartementen als voor liften die dag na dag dienstdoen in professionele en commerciële omgevingen zoals bedrijven, de zorgsector, openbare instellingen, winkels, winkelcentra, ...



## TOPTEAM IN DIENST VAN DE KLANT

Ondertussen is het meer dan twintig jaar geleden dat Gennaro Verrone met Verolift van start ging. Vandaag staat het bedrijf onder leiding van Gennaro's zoon François en dochter Charlotte. Maar zij staan er natuurlijk niet alleen voor. "Wij kunnen zonder overdrijven spreken van een topteam", vertelt François. "Alles gebeurt bij ons onder één dak: we beschikken over onze eigen adviseurs die de klant van bij het eerste contact tot en met de ontwerpfase met raad en daad bijstaan. Voor elk project gaan ze tot in de kleinste details na wat de klant precies nodig heeft. Van een standaard lift tot en met een gepersonaliseerde oplossing op maat – liftpersonalisatie kun je gerust ons stokpaardje noemen - alles wordt in het werk gesteld om aan de eisen en wensen van de opdrachtgever tegemoet te komen. Om de kwaliteit in alle schakels van de ketting te bewaken werken we enkel met eigen monteurs en zorgen onze eigen technici voor het onderhoud en eventuele herstellingen. Elke medewerker heeft intern een gedegen opleiding gekregen en wordt permanent bijgeschoold. Met andere woorden: wie voor Verolift kiest, haalt echte vakmensen in huis."



## UITBREIDING AANBOD MET PLATFORMLIFTEN

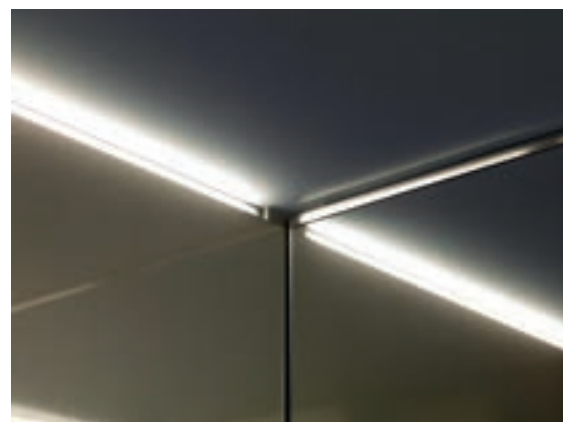
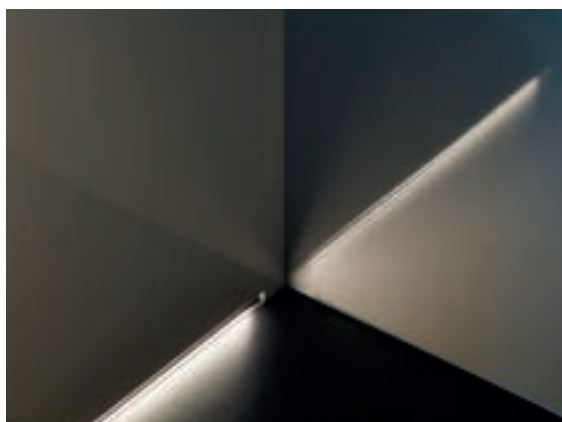
Die permanente bijscholing is vanzelfsprekend geen overbodige luxe. Ook in de sector van de liften staat de technologie niet stil en volgen de ontwikkelingen elkaar in sneltempo op. "Een mooi voorbeeld daarvan zijn de autoliften in de vorm van platformliften, een ontwikkeling waar we als eigentijdse onderneming vandaag een speerpunt van hebben gemaakt. Verolift biedt al verschillende jaren de alom bekende klassieke autolift met gesloten liftkooi en schuifdeuren aan. Nu hebben we ook platformliften aan het gamma toegevoegd. Voor appartementsgebouwen met een eerder beperkte garageruimte kan dat de perfecte oplossing zijn. Zowel op vlak van gebruikscomfort als ruimtebesparing." Platformliften zijn uiteraard niet nieuw. Waarom Verolift die optie dan niet eerder aanbood? "Simpel: we brengen enkel iets in ons aanbod als het áf is en voor 100% voldoet aan onze normen. We komen met de beste oplossing of we optimaliseren tot we dat kunnen claimen. Het zit in ons DNA. We willen alleen het beste voor onze klanten. Onze nieuwe autoliften zijn overigens ook bij villabouw een perfecte oplossing. Zo kunnen ze in de oprit of zelfs in het midden van de tuin geïntegreerd worden. Dat lijkt verrassend maar het kan perfect en we zorgen dat de lift bijzonder subtiel weggewerkt zit. Komt de klant aangereden, dan laat hij de lift vanop afstand uit de grond verschijnen en hij rijdt de wagen op het platform waarna alles naadloos in de grond verdwijnt. Het is maar één van onze vele mogelijkheden."



### **'VERWACHT MEER LIFT'**

Zoals gezegd is Verolift dé specialist op vlak van huisliften. En hier maakt Verolift het verschil. “Bij de huisliften ligt de focus meer dan ooit op echt maatwerk. Enkele recente voorbeelden: een indrukwekkend rond liftontwerp dat centraal in de trappenhal van een kasteel werd geïntegreerd, een lift uit inox met een glazen koker die perfect past in een minimalistisch interieur, een visueel weggewerkte lift met een houten buitenafwerking, ... Mensen hebben vaak een beeld van een lift als een gesloten vierkante doos die op en neer gaat. Dat kan ook maar de mogelijkheden zijn in feite eindeloos, zolang je voldoende knowhow in huis hebt. Alles wat technisch gezien mogelijk is op een 100% veilige en duurzame manier voeren we uit. We doen er alles aan om de wens van de klant om te zetten in een concreet project. Ook qua design en afwerking hebben we enorm veel mogelijkheden: van een gepersonaliseerde fotowand van de kleinkinderen tot een vloer naar keuze en sfeervolle ledverlichting. Ons motto is niet zonder reden ‘verwacht meer lift.’” Wat met het budget? Wordt daar rekening mee gehouden. “Absoluut! Er is altijd een budget waarmee we rekening moeten houden. Binnen de uitgetekende budgetkrijtlijnen gaan we samen met onze klanten op zoek naar het perfecte evenwicht. Dankzij onze expertise zijn we ook heel flexibel en creatief in het bedenken en optimaliseren van oplossingen. We gaan niet over één nacht ijs.”





### ADVIES OP MAAT

Hoe gaat dat nu precies in allemaal zijn werk? Wat mag een klant verwachten als hij of zij bij Verolift binnenstapt? "Dat we eerst goed luisteren naar hem of haar. Elk project, hoe klein of groot het ook is, vertrekt vanuit de klant. Advies op maat is altijd ons uitgangspunt, daar wijken we nooit van af. Eenmaal we de wens van de klant in kaart hebben gebracht, gaan we op zoek naar de liftoplossing die een perfect antwoord biedt op de wensen. Het spreekt voor zich dat we vooraf grondig poolshoogte nemen van de situatie ter plaatse. Een lift maakt deel uit van het interieur en moet daar ook naadloos in passen. De juiste lift voor het juiste doel op de juiste plaats: dat zijn de basics. Het is ook iets dat je dagelijks gebruikt, dus moet je ook maken dat het goed, veilig en betrouwbaar is op lange termijn. Daarom stellen we ons ook steeds de vraag welke oplossing tegemoetkomt aan de behoefte van de klant met het oog op duurzaamheid, vandaag én in de toekomst. We kijken vooruit, want onze liften worden gebouwd voor het leven. Dat mag je van een liftspecialist eisen, vinden we bij Verolift."

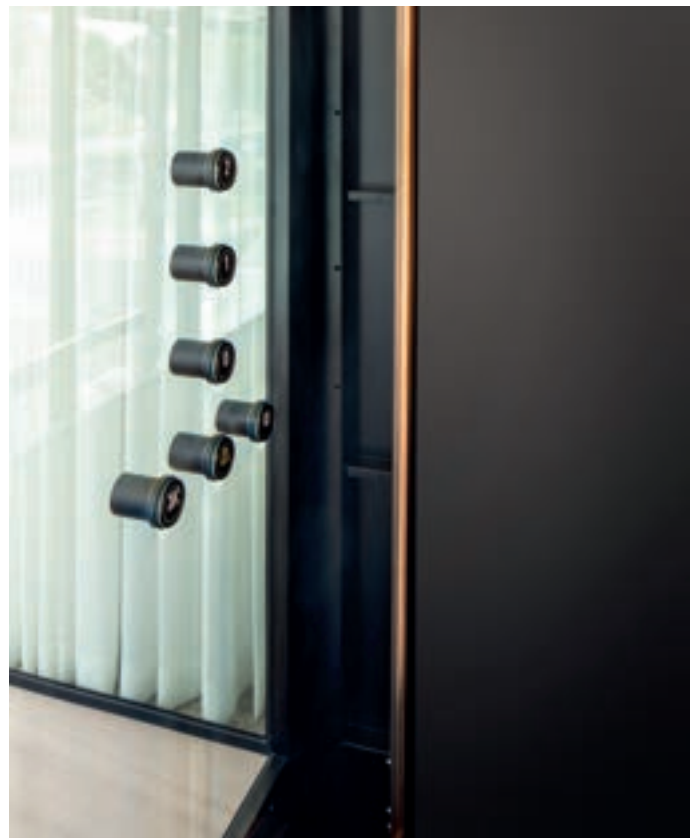


## ONTZORGEN

Overigens is bij Verolift niet alleen de klant zelf van harte welkom in de showroom, ook met zijn of haar (binnenhuis)architect wordt aan tafel gezeten. “Wij plaatsen liften in zowel nieuwbouw- als renovatieprojecten, zowel residentieel als commercieel. Het kan dus perfect dat de mensen hun plannen meebrengen. Wij gaan dan, al dan niet in samenspraak met de architect, na wat er allemaal mogelijk is. Op basis van al die gegevens formuleren de adviseurs dan de best mogelijke oplossing. Dat wordt eerst uitgebreid besproken met de klant. Als dat positief wordt beoordeeld, maken we een offerte op. Na het akkoord, of een eventuele aanpassing als dat nodig blijkt, gaat de coördinator aan de slag en start de effectieve uitvoering. Alles wordt opgemeten, de lift gaat in productie en wordt door ons geplaatst binnen het afgesproken tijds kader. Ook hierin zijn we heel strikt, het maakt deel uit van onze service. Het uiteindelijke in dienst stellen wordt gepland door de coördinator en ook onze adviseur blijft te allen tijde beschikbaar als aanspreekpunt. Persoonlijke, heldere communicatie is bij ons geen loos begrip en daar willen we in de toekomst hard blijven op inzetten. De klanten kunnen er steevast van uitgaan dat wij er zijn voor hen en dat we hen maximaal ontzorgen. We halen trouwens veel inspiratie uit onze veelvuldige contacten met architecten. Want ook zij hebben een gefundeerde visie op van levenslang wonen en kunnen ons daardoor inspireren bij het ontwerpen.”

## VEROLIFT-KLANTEN SLAPEN OP BEIDE OREN

Hoe kwaliteitsvol en duurzaam een lift ook is, net zoals bij een wagen is een adequaat onderhoud noodzakelijk. Een storing of een noodzakelijke herstelling is eerder uitzonderlijk, maar kan zich altijd voordoen. Ook op dat vlak heeft Verolift sterke troeven. “Onze servicedienst staat 24/7 paraat om de klant te helpen, ook tijdens het weekend of op feestdagen. Dat dergelijke oproepen eerder zeldzaam zijn, is een direct gevolg is van onze focus op duurzaamheid. We reserveren deze service ook enkel voor onze klanten. Enkel zo weten we zeker dat we met grondige achtergrondkennis handelen en dat het probleem zal opgelost zijn. De klant wordt altijd eerst geïnformeerd over het probleem en hoe we dat met het oog op duurzaamheid snel en adequaat kunnen oplossen. In die optiek kunnen we ook hier spreken van een langetermijnvisie. Of het nu om een nieuwe lift of een herstelling gaat, je kan maar beter meteen goed en juist investeren dan achteraf met onvoorziene kosten af te moeten rekenen.” Energiezuinigheid is vandaag een heel belangrijk gegeven en ook op dat vlak hanteert Verolift het first-time-right-principe. “De ‘gearless’ aandrijving met een magneetmotor is zonder meer dé zuinigste en stilste aandrijving en daar zetten we al jaren vol op in. Eigenlijk kunnen we zonder meer zeggen dat we al twintig jaar pioniers zijn als het op lifttechnologie aan komt. Als klant van Verolift kan je op beide oren slapen dat je met experts in zee gaat”, besluit François Verrone.



Meer info: [www.verolift.be](http://www.verolift.be)

Verolift bv  
Xavier de Cocklaan 44  
9831 Sint-Martens-Latem





© Durlet

## MAATWERK BIJ MEUBELEN TER SCHOOTE **“ELK MEUBEL IS UNIEK EN GETUIGT VAN VAKMANSCHAP”**

Bij Meubelen Ter Schoote vind je verrassende creaties. Het gaat om meubelen uit massieve eik en kerselaar, klassiek en hedendaags. Alle stukken zijn uniek, want ze worden in het eigen atelier op maat van de klant gemaakt. Je vindt ze nergens anders.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: TER SCHOOTE



Meubelen Ter Schoote heeft een totaalaanbod van klassieke en moderne meubelen, raamdecoratie, verlichting en biedt ook stoffering van zitmeubelen aan. Het familiebedrijf bestaat ruim 60 jaar, de huidige toonzaal in Schoonaarde werd geopend in 1976. Steeds was het streefdoel een gevarieerd en actueel aanbod te creëren. “Alle stukken zijn kwalitatief hoogstaand en exclusief omdat de meubelen in ons eigen ambachtelijk atelier worden gemaakt, volgens de wensen van de klant. Voor hen is het belangrijk dat ze bij ons terecht kunnen voor maatwerk. Zowel vast meubilair zoals wandkasten, tv-kasten, boekenkasten, dressings maar ook losstaande meubelen passen we desgewenst aan”, zegt zaakvoerster An Waterschoot, die interieurarchitecte is.



© Durllet

### VAKMANSCHAP

De meeste meubelen worden vooral in massieve eik of kerselaar gemaakt, andere houtsoorten zijn ook mogelijk, de meubelen worden bij ons in het atelier gepattineerd. Op vraag van de klant kunnen we werken met houtfineer, dit wordt ook in ons atelier in de gewenste patine gekleurd. We springen er uit omwille van het vakmanschap en de hoge graad van afwerking. Onze medewerkers zijn echt wel getalenteerde meubelmakers die we zorgvuldig rekruteren. Bij ons vind je geen serieproductie, elk meubel is uniek. Het is nodig dat we kunnen omgaan met de aanpassingen die de klant vraagt en weten welke oplossingen we daarvoor kunnen aanbieden. Onze meubelen hebben een tijdloos en duurzaam karakter. Klanten zijn daar echt wel naar op zoek. We streven naar een mooie en blijvende meerwaarde in het interieur.”

### TOONZAAL TOT IN DE PRIVÉWONING

Tony Waterschoot, vader van An, startte een fabriek in Aalst in 1961. Toen werd er vooral voor andere bedrijven gewerkt. “In 1976 opende we een eigen toonzaal in Schoonaarde en lag de focus op meubelen. De klanten vinden er een ruime keuze van vooral onze eigen collecties die we zelf ontwerpen en uiteraard gemaakt zijn in ons eigen atelier. Er wordt in de toonzaal door de mooie opstelling en aankleding een warm thuisgevoel gecreëerd zodat het kiezen van meubelen een bijzondere ervaring is. Je beleeft voor een stukje het interieur. In totaal gaat het om 2000 m<sup>2</sup> look and feel. Bijzonder is dat de toonzaal doorloopt tot in de privéwoning. Mijn ouders wonen hier nog, maar klanten zijn er steeds welkom.”



## GEVOELSFACOR

“Een toonzaal is belangrijk omdat je onze kwaliteit echt moet kunnen zien. Bovendien gaat het om unieke stukken, niet om een bepaald merk dat je in verschillende zaken terugvindt. Niemand anders heeft onze collectie in het aanbod. Via onze website krijg je wel al een zeker idee van wat we aanbieden, maar de juiste keuze maak je pas wanneer je het volledig in jou kan opnemen en kan voelen of het in jouw interieur past. Ook onze kwaliteit van de meubelen kan je pas ervaren in onze toonzaal, dit kan je op een foto niet weergeven. Op basis van wat klanten in de toonzaal zien, geven ze aan welke richting ze uitwillen en wat ze graag zouden veranderen. Dat zijn bijvoorbeeld aanpassingen op het vlak van afmetingen, vorm en kleur. Het kan ook gaan om een kastdeur meer of minder, met of zonder laden... We houden echt wel rekening met de wensen van de klant.”

## INTERIEURADVIES

Sommige klanten zijn op zoek naar één meubelstuk, passend in hun bestaand interieur, andere willen het volledige interieur renoveren. An Waterschoot gaat op verzoek graag bij de klanten thuis een kijkje nemen. “Zo kan ik me al wat inleven in hun leefwereld en hun wensen. Ik kan dan samen met hen de mogelijkheden bekijken. Soms willen ze een deel van hun meubelen behouden, of gaat het om erfstukken waar ze aan gehecht zijn en die ze niet weg willen doen. Dan heb je de optie om in die stijl verder te gaan, of om het roer om te gooien. Het zijn zaken die ik samen met de klant bespreek. Het biedt me als interieurarchitecte ook de mogelijkheid om advies te geven over eventuele schilderwerken, raamdecoratie en natuurlijk het maatwerk van de meubelen, wat onze sterkte is. Op die manier kunnen we ook totaaloplossingen bieden. In onze collectie vind je bijvoorbeeld ook bedden, dressings, badkamermeubelen.”



## EIGEN STIJL

De meubelen in de toonzaal zijn ontworpen door Tony en An Waterschoot. Het kan gaan om de stijl van vroegere meubelen die ze boeiend vinden, zoals Art Deco en Vintage. "We geven de stijl een nieuwe look. Belangrijk is ook het hedendaagse comfort, maar je kan zien waar we onze inspiratie haalden. De specifieke geometrische lijnen van Art Deco sluiten bijvoorbeeld heel goed aan bij een strakke, hedendaagse stijl, waar er momenteel meer vraag naar is. We voegen er onze eigen ideeën aan toe zodat het toch originele stukken zijn. Het geeft veel voldoening als klanten onze meubelen mooi vinden en tevreden zijn met hun keuze en aanpassingen die we samen gekozen hebben. Dit is tenslotte ook ons streefdoel."

## KLASSIEK MET MODERN

Meubelen Ter Schoote heeft in haar gamma ook klassieke modellen waar nog steeds vraag naar is, denk bijvoorbeeld aan Franse of Engelse stijlmeubelen, vooral in massieve eik of kerselaar. "Een combinatie modern-klassiek is heel goed mogelijk en kan voor een persoonlijke en aangename sfeer zorgen in de woning. Een klassieke kast met een strakke tafel en moderne stoelen kan een mooi hedendaags geheel vormen. Er is ook soms vraag naar een eigentijds wandmeubel voor hifi en tv, dit in een klassiek interieur. Ook in zithoeken zien we de combinatie van een klassieke kast met een hedendaags salon. Met houten meubelen, in een warme kleur of naturel tinten, kan je een huiselijke sfeer creëren. We hebben ook een eigen collectie houten stoelen, met stof of leder bekleed. De kleur van het houtwerk kan dan ook perfect aangepast worden aan de meubelen."







## PARTNERS

Meubelen Ter Schoote werkt samen met partners, dit zijn andere Belgische merken zoals Durllet, Marie's Corner, Demuyne, Passe Partout, Joli. Bij deze betere merken kan men ook maatwerk verkrijgen. "Zij streven dezelfde hoogwaardige kwaliteit na als ons, met oog voor klassieke en hedendaagse vormgeving, materialen en comfort. Op deze manier kunnen wij onze klanten een ruimere keuze aanbieden. Werken met Belgische bedrijven biedt ons ook zekerheid over de constructies van hun meubelen en de kwaliteit van hun materialen die zij gebruiken. Klanten zijn ook steeds welkom in ons atelier om een kijkje te komen nemen, velen vinden dit een leuk initiatief en komen dan ook graag langs om te zien hoe wij hun meubelen met zorg maken."

## SFEERMAKERS

Ter Schoote biedt ook een ruime waaier stoffen aan voor onder meer raamdecoratie en het herstofferen van zitmeubelen. Met nieuwe kussens, warme plaids in verschillende materialen en kleuren en decoratie kan je je living een nieuwe uitstraling geven. "Ook sfeermakers in huis zijn verlichting, vloerlampen, schemerlampen... Hiervoor werken wij samen met Stephane Davidts, ook een Belgisch bedrijf. Bij ons kan je de woonkamer tot in het detail aankleden. We heten graag iedereen welkom in onze toonzaal. Indien het niet lukt tijdens de openingsuren, kan je gerust een afspraak maken."



Meer info: [www.terschoote.be](http://www.terschoote.be)

# CHARRELL HOME INTERIORS CREËERT EEN WARM THUISGEVOEL

## **“WE EVOLUEREN GRAAG NAAR EEN CHARRELL EXPERIENCE STORE”**

Ben je op zoek naar een nieuw interieur of wil je enkele meubelen vervangen? Dan biedt Charrell Home Interiors heel veel inspiratie, maatwerk en deskundige begeleiding van interieurarchitecten. De zaak in Geel werd recent met 600m<sup>2</sup> uitgebreid. Ook de webshop [Atmooz.com](https://www.atmooz.com), expert in verlichting en decoratie, kent een dynamische groei. De belevingsfactor is groot.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: CHARRELL HOME INTERIORS

Thuiskomen na een lange werkdag of een vakantie is een bijzonder moment. Je koestert aan je huiselijke herinneringen, er komen familie en vrienden langs en je kan er in alle rust terug op adem komen. Het interieur is heel belangrijk om volop te genieten van die mooie momenten. Iedereen heeft een eigen smaak en omringt zich graag met meubelen en spullen die een goed gevoel geven. Het kan gaan om details, zoals een fraai bijzettafeltje of een sfeervolle lamp. Ook het totaalconcept speelt een rol. Opteer je voor een landelijke stijl met veel natuurlijke materialen of eerder voor een strakke minimalistische aanpak? Laat je inspireren bij Charrell Home Interiors; de zaak biedt maatwerk!







### **KWALITEIT VERZEKERD**

Wat we wensen, houdt ook verband met onze levensfase. Voor een gezin met jonge kinderen mag het allemaal wat praktischer met meubels die tegen een stootje kunnen en onderhoudsvriendelijk zijn. Wie ouder wordt, hecht wellicht meer belang aan een comfortabele zetel om languit van de krant of een boek te genieten. Bij Charrell Home Interiors vind je keuze te over. Goed om weten: Charrell produceert zijn collectie in verschillende Europese fabrieken. De zaakvoerders kunnen op die manier een uitstekende kwaliteit en afwerking verzekeren, ze kennen het productieproces en leggen de lat hoog.

### **DOORDACHTE KEUZE**

Of je op zoek bent naar een volledig nieuw interieur, dan wel naar een enkel meubelstuk: het blijft een keuze waar je toch even bij stilstaat. Charrell Home Interiors helpt je op weg. De zaak is onlangs flink uitgebreid en omvat nu ruim 3000 m<sup>2</sup>. Door de opstelling in leefruimtes zie je heel snel hoe een interieur eruit kan zien en of het iets voor jou is. Je ervaart het concept en de materialen. Je hoeft het niet te kopiëren, maar kan naar eigen wens stukken uitkiezen en aanpassen op maat van jouw interieur. Wel proef je in de zaak al een stukje van de sfeer, de belevingsfactor is groot. "Door de uitbreiding is er nu nog meer personeel om alle mogelijke informatie te geven. Klanten weten onze aanpak te appreciëren, want ze komen vaak van heel ver. Uiteraard kan je op de uitgebreide website het aanbod verkennen. Je ziet daar ook projecten die we al realiseerden. Maar een bezoek aan de Concept Store heeft net dat tikkeltje meer. We evolueren graag naar een Charrell Experience Store", zegt zaakvoerder Yannick Breckpot.

## ADVIES VAN INTERIEURARCHITECTEN

Als je twijfelt of iets goed in jouw woning of interieur past, kan je een beroep doen op de 'Charrell's Angels'. Het zijn interieurarchitecten die je gratis en vrijblijvend met raad en daad bijstaan. "Ze komen graag langs bij jou thuis om advies te geven. Ook als je maar enkele interieurstukken wil vervangen, kan je op hen rekenen. Dan bekijken ze samen met jou hoe je de spullen die je wil houden en de nieuwe spullen op een mooie, harmonieuze manier kan integreren. Belangrijk is ook dat ze steeds uitgaan van wat jij wil, daarop baseren ze zich om een project te ontwerpen. Dat kan gaan van een grote metamorfose waarbij je het hele proces in handen van ons team legt tot het vervangen van enkele decoratiestukken", zegt Yannick Breckpot.



## ORGANISCHE VORMGEVING

Welk interieur je ook verkiest, het aanbod van Charrell is altijd stijlvol en straalt klasse uit. "Bij ons vind je altijd nieuwigheden, we houden de vinger aan de pols ook al streven we tegelijkertijd naar een duurzame, tijdloze collectie. Organische vormen doen het nog steeds goed. Ze komen overal terug, zoals in tafels, stoelen, tapijten of salontafels. Travertin is een materiaal dat in opmars is. Het is een mooie natuursteen met een duurzame uitstraling. Nu zie je heel mooie natuurkleuren en lichte bruine kleuren zoals notelaar."





## VERLICHTING EN DECORATIE VAN ATMOOZ

Ook Atmooz, het verlichting- en decomeerk van Charrell Home Interiors kent een sterke dynamiek. De website werd vernieuwd en er kwam een nieuw magazijn. Ook hier zijn steeds nieuwigheden te vinden. Het magazijn telt 3500m<sup>2</sup> en dat betekent een flinke uitbreiding. Atmooz is vooral een online concept met een sterke internationale uitstraling. Uit heel wat landen lopen er aankopen binnen. Bezoekers aan Charrell Concept Store kunnen ter plaatse de hele collectie zien. Je vindt er staanlampen, tafellampen, lee-slampen... alles om je interieur tot in het detail af te werken en de juiste sfeer te creëren. Geregeld kan je op de website of in de Concept Store nieuwigheden ontdekken met als label: kwaliteit, luxe en betaalbaar.

## B2B

Door het gevarieerde en vooral kwaliteitsvolle aanbod van Charrell doet de onderneming het ook goed in de groothandel. Interieurarchitecten, interieurzaken, winkels, kantoren, restaurants en hotels doen een beroep op de expertise en meubelen van Charrell Home Interiors. Ook hier is een uitstekende service gegarandeerd. Leveringen gebeuren volgens afspraak en maatwerk is mogelijk. Een mooi voorbeeld is Hotel Britannia in Knokke. Het uitgangspunt was het bieden van comfort, luxe en ontspanning. Er werd samengewerkt met interieurarchitecte Sophie De Mulder. In elke kamer staat een comfortabele fauteuil, toch is elke kamer anders. Charrell heeft immers honderden verschillende stoffen waarmee alle meubels op een unieke manier afgewerkt kunnen worden. Je vindt er ook mooie Atmooz lampen en spiegels die het luxueuze en warme karakter nog versterken.



Meer info:  
Concept Store,  
Vossendaal 10, 2440 Geel,  
vlakbij afrit Geel-West E313  
32 (0)14 58 71 93  
info@charrell.be  
<https://www.charrell.be>

Atmooz  
32(0)14 39 48 88  
hello@atmooz.com  
<https://atmooz.com/>





# FABRICATIE VAN PERSOONLIJKE JUWELEN **“IK VERKOOP STUKJES GELUK”**

B-Diamond Brugge is een begrip als fabrikant van juwelen. Klanten komen vaak met een creatief voorstel, Bart De Vroe begeleidt hen bij het maken van de juiste keuze. Empathie en vertrouwen spelen een grote rol.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: B-DIAMOND BRUGGE



“We zijn al drie generaties juwelenfabrikant. We werken voor juweliers en particulieren. Door onze knowhow kunnen we specifiek voor particulieren maatwerk leveren: customised design. Ze komen bij ons langs met ideeën. Hun inspiratie komt van internet, pinterest, instagram of magazines. Het gebeurt ook dat ze zelf foto's nemen van juwelen die ze ergens zagen en mooi vinden. In onze zaak B-Diamond Brugge hebben we een collectie van duizenden ringen, oorbellen, hangers enzovoort. Dat is belangrijk omdat je dan de belevingsfactor hebt. Je moet het juweel voelen, wegen, passen. Je kan een juweel mooi vinden, maar het gebeurt dat het je niet goed staat. Daarom is het ook zo moeilijk om online juwelen te kopen”, zegt zaakvoerder Bart De Vroe.

### PERSOONLIJK

Een juweel is iets heel persoonlijks, maatwerk wordt dan ook fel geapprecieerd. “Soms brengen klanten oude juwelen of edelstenen van familie mee om er iets nieuws mee te laten maken. Het gaat dan om juwelen die niet meer gedragen worden, maar waar klanten graag een nieuwe betekenis aan willen geven.” Bart De Vroe luistert naar hun ideeën en laat ze dan juwelen uit zijn collectie passen. B-Diamond Brugge werkt alleen met 18 kt goud, natuurlijke diamanten en edelstenen alsook met halfedelstenen zoals topaze, morganite, tourmailine etc. “Om de klant te gidsen naar de beste keuze uit dit enorme aanbod finetunen we op basis van onze jarenlange ervaring als fabrikant. Zo komen we tot een ontwerp; groter of kleiner, in wit, geel of rosé goud, met stenen in de juiste kleur zodat het juweel helemaal past bij de persoonlijkheid van de klant. Hierbij maken we bij B-Diamond Brugge gebruik van schetsen, maar ook van digitale 3D-tekeningen en 3D-prints. Deze helpen de klant om inzicht te krijgen in het ontwerp om tot een optimaal resultaat te komen.”



## MAATWERK

“De combinaties zijn oneindig. Het budget speelt ook een rol. Sommigen kiezen voor waardevolle edelstenen, anderen vragen om rekening te houden met de grootte van hun budget. Het is onze sterkte dat we heel veel ervaring hebben in de fabricatie mogelijkheden en flexibel kunnen werken. Dat onderscheidt ons als fabrikant van een retail-juwelier die vaak werkt met merken en collecties die een bepaalde faam hebben. Op die manier kan hij zich profileren, maar fabricatie van juwelen is nog een andere discipline. Fabricatie is waar B-Diamond Brugge dan weer goed in is. Wij gaan volledig mee in het verhaal van de klant.” Bart De Vroe geeft aan dat het ook voor hem iets persoonlijks is. Empathie is nodig om de klant goed aan te voelen. “Het is beter dat de persoon voor wie het juweel bedoeld is, erbij is. Klanten laten soms merken dat ze vertrouwen hebben in mij om te ontdekken waar ze naar toe willen. We verkopen niet wat we graag kwijt willen, wel proberen we de klant blij te maken. Ik zeg vaak dat ik geen juwelen verkoop, maar wel een stukje geluk. Als ik zie op de camera dat mensen die een juweel lieten maken, elkaar een zoen of knuffel geven bij het naar buiten gaan, dan is mijn dag goed. Dat betekent dat ze tevreden zijn... met het stukje geluk.”



## ENKEL NATUURLIJKE GRONDSTOFFEN

Bart De Vroe volgde een opleiding bij de Hoge Raad voor Diamant en startte in 1997 in het familiebedrijf dat al twee generaties lang knowhow opbouwde die telkens werd doorgegeven. “Ik wou er graag iets van mezelf inleggen en begon met het label B-Diamond Brugge en nam er een octrooi op. De b verwijst naar Brugge en Bart. B-Diamond geeft duidelijk aan waar ik mee bezig ben: be diamond, wees een diamant. De wereld van fantasiejuwelen is sterk toegenomen sinds de jaren 1990. De afwerking daarvan is zo goed dat ze soms verward worden met echte 18 kt juwelen en echte, natuurlijke edelstenen. Er is bij enkele Europese landen de tendens om met 14 kt goud te werken omdat je dan scherpere prijzen kan hanteren, maar wij doen dat niet. Ook op het vlak van edelstenen zie je een evolutie. In onder meer Londen vind je ‘lab grown diamonds’ die dus in een laboratorium geproduceerd worden, maar ook daar doen we niet aan mee. Onze edelstenen komen uitsluitend uit moeder-aarde. Bij ons kan je terecht voor high-end, pure sierraden met een hoogwaardige afwerking. We hadden ooit zelf een slijpmolens, maar diamanten worden tegenwoordig in lageloonlanden zoals bijvoorbeeld India geslepen. Voor een slijp-demonstratie kan je tegenwoordig op afspraak wel nog steeds terecht bij B-Diamond Brugge. Ook hier speelt de factor ‘beleving’ een rol. Als de klant door onze professionele uitleg beter begrijpt wat hij koopt, krijgt hij meer.”





## VERLOVING EN TROUW

B-diamond Brugge is ook gespecialiseerd in verlovings- en trouwringen. “De klassieke solitair is nog steeds populair voor verlovingsringen. Ook de grootte en zuiverheid van de diamant heeft veel betekenis. De waarde weegt zwaarder door dan de vorm. Bij ons kan je terecht voor losse diamanten die in een voorlopige ring worden geplaatst om het huwelijksaanzoek te doen. Op een later tijdstip komen de koppels dan samen langs om de definitieve ring te laten ontwerpen. Zo heeft ook de partner inspraak. We geven ook advies. Een verlovingsring moet passen bij de latere trouwringen. Van bij het begin hebben we daar aandacht voor.” Corona had een zware impact. Feesten mochten niet of slechts heel beperkt, er werd minder getrouwd. “Nu is er een inhaalbeweging. Het valt op dat wie nu de stap zet, het beste van het beste wil. Leuk is dat sommige koppels van het kiezen van ringen een romantisch weekendje Brugge maken. De stad is natuurlijk fantastisch.”





## VOLDOENING

Door de jarenlange ervaring wordt Bart De Vroe soms ingeschakeld om voor verzekeringen of een successie de familiejuwelen te taxeren. "Vaak zijn dat families die al jarenlang bij ons komen en weten waarvoor we staan."

De klanten van B-Diamond Brugge komen soms van behoorlijk ver, denk aan Amsterdam, Parijs of Maastricht. Tevreden klanten sturen vrienden, collega's of buren. "Het is fijn te horen dat andere klanten specifiek naar mij vragen omdat ze hoorden over onze aanpak. Dat betekent dat we goed bezig zijn en dat we met B-Diamond Brugge iets extra kunnen betekenen voor de klant. Ik heb het geluk dat ik bepaalde gevoeligheden heb die heel goed van pas komen bij het maken van keuzes. Mijn buikgevoel is meestal juist."

Meer info: [www.b-diamond.eu](http://www.b-diamond.eu)  
Mob +32(0)499.311.393



## DE BRUYLOFT: **300M<sup>2</sup> VERLOVINGS- EN TROUWRINGEN, JUWELEN EN UURWERKEN SINDS 1895**



*Geef online je verlovings- of trouwring vorm  
"Er mag meer kleur zijn, ook retro doet het goed"*

DE BRUYLOFT is gekend om het grote aanbod van verlovings- en trouwringen. Uniek zijn het werken met platina en een online tool waarmee je je ring kan aanpassen zodat je onmiddellijk de verandering ziet. Er zijn ook exclusieve nieuwigheden, zoals een fraai doosje om huwelijksheerinneringen in te bewaren. Vijf generaties lang wordt expertise doorgegeven.

TEKST: HILDE PAUWELS - FOTO'S: DE BRUYLOFT

## BUNDELING VAN VEEL EXPERTISE

Van Ruyskensvelde is geen onbekende naam in de wereld van juweliers. Davy en Koen vertellen dat verschillende ooms, tantes, neven en nichten ook die richting uitgingen. “Op familiefeesten gaat het altijd over juwelen”, zeggen ze lachend.

Davy Van Ruyskensvelde is goudsmid en juweelontwerper, hij volgde de opleiding tot diamond grader en heeft ook een ruime kennis van uurwerken. Koen Swenden leerde zijn echtgenote kennen toen ze allebei studeerden voor uurwerkmaker. Samen hebben ze dus heel wat expertise, daarbij komt nog de ervaring van de vorige generaties. Het familiebedrijf ging in 1895 van start. De zaak in Lokeren heette vroeger VAN RUYSKENSVELDE & DE BRUYLOFT, maar zal voortaan DE BRUYLOFT heten. Let wel, ook het segment van de juwelen valt onder die noemer. DE BRUYLOFT heeft klanten in heel Vlaanderen. Lokeren heeft als pluspunt dat het behoorlijk centraal gelegen is en vlot bereikbaar is.

## VERLOVING EN BRUILOFT

Een huwelijk is heel bijzonder, ringen spelen een belangrijke symbolische rol. Dat mogen dus zeker unieke stukken zijn met een grote emotionele waarde. “DE BRUYLOFT is heel gekend omwille van het gebruik van platina, iets wat concullega’s veel minder doen. Het is een materiaal dat zijn heel mooie witte kleur behoudt en dat sterker is dan witgoud. De geschiedenis is ook bijzonder. Rond de Eerste Wereldoorlog verbood men het gebruik van platina omdat het ingezet werd voor oorlogsmaterieel. Het was daardoor niet meer voorradig en men ging in Duitsland op zoek naar een alternatief. Dat werd witgoud. Het genoot al snel bekendheid en verdrong platina wat op de achtergrond. Een beetje jammer, want kwalitatief staat platina sterker. Het is van nature wit en blijft altijd mooi. Goud daarentegen is altijd geel, maar wordt bijgekleurd door zilver en palladium, waardoor we witgoud bekomen. Platina is dus het echte wit metaal, witgoud is eerder gecreëerd door de mens.”

## MEER KLEUR

“We geven heel veel informatie over de kwaliteit. Online kan je zowat alles vinden, maar bij ons gaat het om een aanbod van goede kwaliteit tot helemaal de top. Op dat vlak springen we er echt uit. Het gaat dan vooral over edelstenen, maar ook over materialen en afwerking. Bij verlovingsringen wordt heel vaak voor een edelsteen geopteerd, bij 75 procent is dat diamant. Een trend die nu meer en meer opkomt, is de keuze voor een kleursteen zoals robijn, smaragd of saffier. Ook is er nu meer vraag naar halfedelstenen zoals morganiet en topaas. Ook zien we een grotere vraag naar de retro-look, we noemen het soms de Pinterest ringen. Dan zien we bijvoorbeeld fijne filigraanbolletjes opduiken.”



## TRADITIE

Het is nog steeds een traditie dat heren een verlovingsring uitkiezen. Sommigen roepen daarbij de hulp in van de beste vriendin of de moeder van hun partner. In zeldzame gevallen komt de partner mee. "Klassieke ringen genieten nog steeds de voorkeur. Wel zien we sinds enkele jaren een evolutie naar heel fijne ringen. Het wordt vaak gecombineerd met trouwringen zodat het een geheel wordt. We wijzen klanten er echt wel op dat ze er rekening mee moeten houden dat hun partner misschien wel beide ringen graag samen wil dragen. Dat kan bij de meeste van onze modellen, maar soms is het moeilijker."

## EXCLUSIEF: ONLINE TOOL

Het is dus belangrijk dat een trouwring past bij de verlovingsring. Maar hoe pakt DE BRUYLOFT dat aan? "Het kan met materialen te maken hebben, maar ook met breedtes en kleuren. In onze winkel laten we geen prijzen zien bij onze modellen. Dat komt omdat er heel wat mogelijkheden zijn om er een persoonlijke touch aan te geven, wat invloed heeft op de prijs. We werken samen met Acredo, een Duitse firma en zijn daarin exclusief. Ze produceren een heel hoge kwaliteit, maar uniek is dat ze tal van elementen online op een heel transparante wijze kunnen aanpassen. Het is een manier om voorkeuren te bepalen en daarbij steeds het budget te kennen. Dat biedt de mogelijkheid om flexibel met verschillende budgetten om te gaan. Via de unieke configurator kan je zelf je ring vormgeven. Je vertrekt van een dames- en herenring naar keuze. Stel dat de dame aangeeft dat het model wat breder mag zijn, dan kan je dat via de tool aanpassen. Je kan spelen met de kleuren, met bol of vlakker. Je kan gaan voor een combinatie tussen mat en glans, al dan niet met een golvende lijn ertussen enzovoort. Zo kan je ook zien hoe je herenringen en damesringen op elkaar kan afstemmen, met toch een eigenheid. Het blijft een weergave op het scherm, maar hier in de winkel kunnen ze dan een model passen, zodat ze het resultaat in realiteit zien."



## SCHITTEREND DOOSJE

Bij DE BRUYLOFT vind je ook nieuwigheden die je elders moeilijk vindt, maar heel leuk zijn. "Zo bieden we een fraai houten doosje om herinneringen aan het huwelijk te bewaren. Bij een huwelijk heb je drie belangrijke stappen: het aanzoek, het uitwisselen van de ringen en het zetten van de handtekening, iets dat soms minder aandacht krijgt. Het doosje is van Acredo. Je kan er op een mooie manier je ringen opbergen. Die gaan er uit als je getrouwd bent, maar er zit ook een schitterende vulpen of balpen in waarmee je de huwelijksdocumenten kan ondertekenen. Er is de mogelijkheid om de pennen te personaliseren met de namen van het echtpaar erop. Onderaan in het doosje kan je je trouwboekje bewaren. De binnenkant van het deksel is eigenlijk een fotokader. Het staat heel mooi op een kast en is een blijvend, warm aandenken."





## *Juwelen met een persoonlijke betekenis "Memoire ringen zijn heel erg in trek"*

Team DE BRUYLOFT gaat graag in op de persoonlijke wensen van klanten. Met hun vakkennis kan er met raad en daad worden bijgestaan. Topkwaliteit staat ook hier voorop bij DE BRUYLOFT

DE BRUYLOFT heeft een mooi aanbod van juwelen met topmerken zoals Flanders Collection en Femme Adorée. Nieuw is het gamma van Annamaria Cammilli. Bij de uurwerken gaat het om Zwitserse merken zoals Rado en Tissot, maar er is ook het Parijse Balmain.

Davy Van Ruyskensvelde is goudsmid, creatief bij het ontwerpen en gaat graag in op wensen van de klant. Door zijn vakkennis kan hij daar vlot op inspelen. "Juwelen worden nog vaak gekocht, maar er is een sterke vraag naar een persoonlijke aanpak. Klanten gaan online op zoek naar wat ze mooi vinden en willen dat naar hun smaak gerealiseerd zien. Persoonlijke gravures zijn erg in trek, het is een specialiteit van ons. Op vraag laseren we bijvoorbeeld de Eiffeltoren in een ring. Dat kan perfect, zowel aan de binnen- en buitenkant of aan de zijkant, ongeacht of de ring breed of smal is. We kunnen heel veel maatwerk bieden."

Koen Swenden laat zijn ring zien. Aan de binnenkant staan de zoenende lippen van zijn vrouw gegraveerd, daarnaast schreef zijn oudste dochter in eigen handschrift haar naam en van de jongste dochter is de voetafdruk verwerkt. Het is millimeterwerk, maar de gravures zijn duidelijk. "Onlangs was er een dame die op de kermis een lunapark heeft. Voor haar kindje wou ze een grijpertje die een beertje vastheeft, laten maken. Dat tekenden we in 3D. De klant vond het hoofdje van de beer iets te groot, dus dat maakten we kleiner. We printten het uit in 3D, zetten het om in goud en stelden het samen. Die persoonlijke benadering zal blijven."





## MEMOIRE RINGEN

Bij DE BRUYLOFT krijgen ze ook een grote vraag naar memoire ringen of een eternity ring. Het idee komt uit de Verenigde Staten overgewaaid. Je hebt bijvoorbeeld een ring met een steentje. Bij een huwelijk komt er een tweede steentje bij, als er een kindje komt, een derde steentje enzovoort. "Het is heel populair als verlovingsring en als huwelijksring, maar ook als aanschuifring of als apart juweel. Je kan opteren tussen alle mogelijke maten en vormen. Uniek voor ons is dat we de steentjes helemaal rond de ring kunnen laten gaan omdat we ze aanbrengen in de ring. Soms zet men de stenen er wat hoger op, maar dan zit je qua plaats al snel vast. Klanten kunnen bij ons ook terecht met een ring die ze al hebben, of met een ring die ze niet meer mooi vinden. Dan halen we de steentjes eruit en plaatsen die in een nieuwe montuur."



## LEVENSDUUR

In principe zijn de mogelijkheden oneindig, maar dat is niet zo als je streeft naar een perfecte kwaliteit, zo luidt het. "Dat vinden we heel belangrijk. Online vind je veel juwelen die er heel mooi uitzien, maar geen goede afwerking hebben. Je mag niet vergeten dat je een juweel dat je aan het hart ligt, vaak jarenlang wil dragen. De levensduur is dus een aandachtspunt. Bij ons ligt de lat hoog. Zo verkopen we nog steeds het meest 18kt goud als materiaal." Bij DE BRUYLOFT kan je ook terecht voor het polijsten van juwelen zodat ze er weer als nieuw uitzien. Herstellingen gebeuren in het eigen atelier. Oud goud wordt aangekocht aan dagkoers, maar kan je ook laten verwerken tot een nieuw juweel. Zo krijgt het een tweede leven.

Op zondag 11 december is er bij DE BRUYLOFT een opendeurdag, iedereen welkom!

Meer info: [www.debruyloft.be](http://www.debruyloft.be)

DAVID GOTLIB:  
MANCHETKNOPEN MET  
EEN CREATIEVE TOETS  
**“VROUWEN HEBBEN  
ERVARING MET JUWELEN,  
ZIJ WILLEN DIE EMOTIE  
DOORGEVEN AAN HUN  
GELIEFDE”**



Bijna iedere diamant ter wereld vindt de weg naar Antwerpen. Wereldwijd zijn we gefascineerd in deze prachtige stenen. 'Diamonds are a girl's best friend' zong Marilyn Monroe weleens. Hoe zit het nu bij de mannen?

TEKST: JEREMY BLOMMAERT - FOTO'S: DAVID GOTLIB

## DIAMANTEN DYNASTIE

David Gotlib werd geboren in een diamanten familie en groeide op in Antwerpen. Zijn grootvader was een bekende en gerespecteerde diamantair, David's vader Marcel volgde in dezelfde voetsporen. David volgde de familielijn en is de derde generatie, waardoor we nu van een heuse dynastie kunnen spreken. Als je familiebedrijf hoort, dan durf je wel eens te denken dat het vanzelfsprekend is dat de volgende generatie in het bedrijf stapt. Voor David en zijn familie was het niet zo vanzelfsprekend.

“Ik moest van mijn ouders eerst verschillende dingen ontdekken en niet op één paard inzetten. Voor ik in de familiezaak mocht instappen, moest ik eerst gaan studeren. Dan ben ik economie-financiën gaan studeren, hier heb ik vijf jaar over gedaan. Mijn eerste job was als marktanalist bij een bank. Na twee maanden ben ik vertrokken, het was echt niets voor mij. Te weinig contact met mensen en continu werken achter een bureau begon me te vervelen. Ik heb nood aan met mensen in contact te komen en te discussiëren.

Dan heb ik de stap gewaagd in de diamantsector, maar ik mocht nog niet direct in het familiekantoor. De eerste twee jaar heb ik me bezig gehouden met slijpen, zodat ik elke stap van het product kon leren kennen. Vervolgens kreeg ik de kans om in het familiebedrijf te stappen met een eigen afdeling. Hier heb ik 5 jaar alleen gewerkt om te ontdekken hoe het er allemaal aan toegaat in de sector. Daarna werd ik stelselmatig meer betrokken in de hoofdzaken van het familiebedrijf.”

Wanneer we vragen aan David of hij met dezelfde visie als zijn grootvader en vader in de sector is gestapt, wordt meteen duidelijk dat hij het anders zag.

“Mijn visie is altijd anders geweest. De diamantsector is een heel gesloten wereld. Iedereen kent elkaar. Je werkt zes maanden en je kent iedereen, je werkt 10 jaar en je kent iedereen wereldwijd. Het voordeel is dat het gemakkelijk werkt doordat je elkaar kent. Het nadeel is dat je na enkele jaren in dezelfde bubbel blijft. Zelf wilde ik graag de andere wereld ook ontdekken. De consument leren kennen en wat ze nodig hebben. Eenmaal je in de juwelensector stapt, dan is iedereen potentieel een klant, je buurman, mensen op straat, iedereen die een krant leest of op het internet surft enzovoort. Het is een heel andere manier van zakendoen.” David gaf eerder al aan dat hij nood heeft aan contact met mensen. Via die manier krijgt hij meteen feedback van consumenten. Storytelling is alles voor consumenten, het is meer dan alleen maar een verhaaltje. Zijn visie was meteen gericht naar de buitenwereld om ook meer een connectie te maken met consumenten. “Het is totaal verschillend dan als je enkel met professionele klanten werkt. Wat meestal ook alleen maar gebeurt in de diamantsector, want mensen buiten die wereld zullen niet gauw ruwe diamanten kopen.”



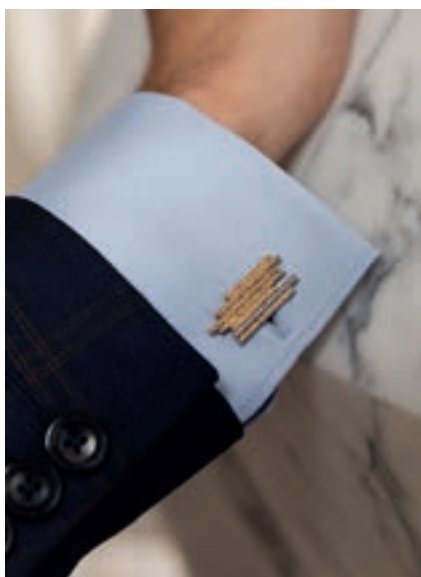


### BEÏNVLOED DOOR DE SCHOONHEID VAN KUNST

Diep vanbinnen wilde Gotlib zijn creativiteit uiten. Wanneer David de manchetknopen van zijn grootvader erfde, gaf hem dit een zeer speciaal gevoel. Dit gevoel wilde hij delen met anderen. Zijn liefde voor kunst, die werd doorgegeven via moeder Frida, inspireerde hem om een unieke collectie manchetknopen te ontwikkelen. Zeven jaar geleden begon hij aan dit unieke verhaal. Na de nodige voorbereiding kon hij een jaar later in 2016 starten met het lanceren van het product. Welke zaken inspireren David voor zijn collecties?

“Er zijn twee grote invloeden waarvan ik de schoonheid in de juwelen probeer te verwerken. Enerzijds de natuur. Als je kijkt naar een bos, een boom of naar de dieren, dan ben ik altijd verwonderd hoe mooi alles in elkaar steekt. Architectuur is mijn tweede inspiratiebron, ik ben van mening dat heel veel architecten kunstenaars zijn. Overal ter wereld kan je onder de indruk geraken van de architectuur. Zeker ook bij oude gebouwen waar architecten toendertijd niet gebruik konden maken van zaken zoals een Pinterest om inspiratie op te doen. Zij zaten jarenlang in hun eigen stad of land en hebben niet veel gereisd. Die hebben waanzinnige kunstwerken gemaakt! Van tempels tot pyramides, tot gewone stadhuizen en burgerwoningen. Gebouwen kunnen in dezelfde stijl zijn tot zelfs een hele andere stijl. In feite kan je alle richtingen ingaan en toch iets moois maken. Het komt altijd op hetzelfde neer: “we willen allemaal iets mooi maken dat jaren blijft bestaan.” Dat vind ik een zeer grote inspiratie.

Als we kijken naar de kunst na de jaren 50, dan zien we dat het veel kleurrijker is geworden en meer is opengetrokken. Het voelt aan als een tweede renaissance. Kunstenaars hoeven niet meer alleen in dienst te werken van een vorst. Ze kunnen laten zien wat ze mooi vinden of wat hun laat rebelleren. Ze zijn niet bang van censuur en kunnen zich uitdrukken hoe ze zich voelen. Als nieuwe musea openen denk je vaak van: “het gaat hetzelfde zijn als de laatste 2 jaar”, maar telkens zijn er toch artiesten die me kunnen verbazen met zaken die ik nooit eerder gezien heb. Mensen doen stilstaan uit bewondering, dat is kunst. Een geweldig gevoel.”



## MANCHETKNOPEN IN EEN MODERN JASJE

Bij David Gotlib krijg je de keuze uit drie verschillende collecties manchetknopen. De eerste is de 'klassieke' categorie. Voor mensen die houden van een eenvoudig maar stijlvol ontwerp zonder al te veel tierlantijntjes. Geïnspireerd op geometrische vormen. De modellen zullen bestaan uit wit- en geelgoud vormgegeven met witte diamanten of verschillende edelstenen zoals robijn en smaragd. Ten tweede is er de "creatieve" collectie, voor degenen die zich graag op een unieke manier willen uitdrukken met juwelen. Bepaalde modellen halen hun inspiratie uit de Art Nouveau en Art Deco kunststromingen. Verder wordt deze collectie ook aangevuld met logo's of tekens die een boodschap met zich brengen. Zoals een peace logo, het Hamsa teken en het yin-yang symbool. Deze modellen kunnen net zoals voorgaande collectie bestaan uit wit- of geelgoud maar zelfs ook roos goud. Tenslotte is er de "bold" collectie, die zoals de naam al zegt, bedoeld is voor mensen met een ruig kantje. Omdat diamanten ook Rock 'n Roll kunnen zijn. Denk maar aan schedels, bliksemschichten, een dollarteken en vele anderen. Allemaal ingevuld met witte-, zwarte diamanten of zelfs verschillende edelstenen om een zeer uniek juweel te creëren. Deze modellen beschikken over dezelfde kleuren goud als de creatieve collectie: wit-, geel- en roos goud. Er is genoeg keuze bij de collecties, maar hoe komt nu eigenlijk een product tot stand en hoe lang duurt het om te maken?

"Eerst starten we met het ontwerp, ik teken elke dag. Als ik me moet concentreren op een gesprek dan durf ik wel eens te tekenen. Zo krijg ik een beeld van een idee of dat het mooi genoeg is of niet. Al moet ik wel toegeven dat ik een slechte tekenaar ben. Ik heb hier enkele lessen voor gevolgd, voor onder andere basislijnen, want ik had moeilijkheden met uit te leggen wat ik wilde doen, nu kan ik dat eenvoudig tonen. Ik vertrek altijd vanuit een idee. Is het iets klassieker, dan start ik met een rechthoek te tekenen. Dit kan soms een week of zelfs een maand duren eer ik tevreden ben met het idee en de tekening. Dan kijken we: "wat hebben we nodig?". Is het alleen maar goud en een diamant of hebben we nog iets meer nodig? Zoals een natuursteen, ook wel semi precious stones genoemd. Gaan we het doen in wit- of geel goud? De grootste uitdaging is dat we met een klein oppervlak werken, 1,9 cm tot max 2,5 cm. Door die uitdaging kunnen we ook niet te veel elementen toevoegen en moeten we opletten met details. De details zijn zeer belangrijk, want er is geen plaats voor fouten. Het moet ook robuust zijn, want mannen durven al eens met hun armen te zwaaien en ergens tegen te botsen, bijvoorbeeld tegen een muur of op de tafel. Eenmaal we het idee en een gepaste tekening hebben, duurt het ongeveer drie à vier weken om een product te maken en volledig af te werken.

Eenmaal ze in de rotatie zitten, duurt het meestal maar een week. Het hangt ook af van hoe uitdagend het product is om te maken. Modellen met veel details hebben iets meer tijd nodig, omdat elke steen handmatig geplaatst moet worden en dat heeft enorm veel precisiewerk nodig. Daar zijn echte vakmensen voor nodig. We gebruiken bewust stenen van verschillende groottes om te laten zien dat het ook echt handarbeid is."

### DIAMONDS ARE A MAN'S BEST FRIEND

“Toen ik begon waren mijn doelgroepen voornamelijk mannen die bijvoorbeeld in de banksector werken. Wanneer ik deze doelgroepen targette, dan merkte ik dat we een totaal andere doelgroep lokte dan die we voor ogen hadden. Die shift vond ik heel leuk. Ik denk dat de meeste klanten vaak zeer creatief zijn en ook oog hebben om zichzelf uit te drukken met juwelen, mensen die iets anders willen hebben. Het hoeft niet perse voor een trouwfeest te zijn, het kan ook gedragen worden op je werk. Om jouw outfit net dat tikkeltje anders te maken. We spreken over dertigers en veertigers, soms zelfs vijftigers.

Wat heel opmerkelijk is dat een groot deel van het cliënteel vrouwen zijn. Zij kopen voor hun partner, zoon of hun vader. Vrouwen hebben ontzettend veel ervaring met juwelen, honderden jaren zelfs. Zij weten hoe het is om een juweel te krijgen en ik denk dat zij die ervaring willen delen met hun geliefde.”





## OMGEVING ALS KLANKBORD

Om een product op de markt te brengen moet je altijd eerst te weten komen wat de markt ervan denkt. David doet dit op een zeer subtiele manier.

“Ik test ze zelf altijd uit, maar ik zeg nooit iets. Ik laat mijn omgeving het ontdekken om zo feedback te verkrijgen. Als ik thuiskom, dan krijg ik meestal feedback van mijn vrouw of de kinderen. Dan zeggen ze van: “dat is mooi” of “juist niet.”. Het is niet zo dat ik door slechte feedback het niet wil doen, het is vooral ook om de vibe te kunnen aanvoelen. Mensen die durven zeggen dat iets lelijk is apprecieer ik enorm om hun eerlijkheid. Ik probeer me altijd in de schoenen van iemand te plaatsen om de reden te achterhalen waarom iemand op een bepaalde manier naar iets kijkt. Bijvoorbeeld iemand is geen fan van de natuur, dan kan dat ook de reden zijn waarom die persoon het model niet mooi vindt.

David weet dat mensen naar zijn handen kijken omdat ze hem kennen als een man die manchetknopen draagt. Heel handig om nieuwe modellen uit te testen. “Als ik dan mensen ontmoet krijg ik verschillende reacties, één van de grappigste reacties bij een nieuw model is wanneer mensen zeggen: “ah je draagt iets van de concurrent?”.” Nieuwe modellen worden subtiel in de collectie verwerkt. Er zal niet op de website komen te staan dat een model nieuw is. “Via data komen we ook te weten welke modellen minder goed scoren en dat we die uit de rotatie kunnen halen. Idealiter brengen we om de twee à drie maanden twee nieuwe modellen op de markt. We werken niet seizoensgebonden.” Oorspronkelijk begon het maken van de manchetknopen als een hobby voor Gotlib. Wanneer hij nadacht over verschillende collecties merkte hij al snel dat hij niet de druk wilde van een seizoensgebonden product. Hierbij komt zeer veel stress kijken door alle deadlines.

## ELK JUWEEL HEEFT EEN VERHAAL

Wat is de kracht van het merk David Gotlib? “Mensen kunnen zich associëren met mijn familieverhaal. We zitten al heel lang met de familie in de diamantsector en ik wilde zelf iets creatief doen en niet enkel in hetzelfde wereldje blijven werken.” David wilde iets anders doen, iets verkopen dat men nog niet kon vinden in de wereld. “Juwelen bestaan al duizenden jaren lang. De verhalen zijn altijd mooi waarom iets gemaakt wordt en waarom het gekocht wordt. In elke familie zijn er wel juwelen die eventueel ook doorgegeven worden. In elk van die juwelen zit een verhaal, een trouw, een verjaardag of een beloning voor goede punten op school. Of iemand koopt iets wanneer die geslaagd is voor iets en telkens als de persoon kijkt naar het juweel, dan denkt die terug aan dat moment. Ik wilde zelf geen dingen maken die er al zijn, ik wilde een ander pad inslaan. Toen ik de manchetknopen erfde, wist ik dat dit het product was waar ik voor wilde gaan. Een product waarvan mensen zeiden: “wie draagt dat nog?”. Nu constateer ik wanneer klanten een model kopen dat ze zelf ook een verandering ondergaan. Het geeft een speciaal gevoel om te dragen.”

Misschien bent u wel benieuwd na het lezen van dit artikel om de collectie zelf te ontdekken. Hiervoor kan je terecht bij de website van David Gotlib. Zo kan je zien in welke filialen je terecht kunt om de producten in levende lijve te ontdekken. Tevens kan je ook gebruik maken van de webshop om eventueel een bestelling te plaatsen.

Meer info: [www.davidgotlib.com](http://www.davidgotlib.com)



Hwange National Park, Camp Hwange © Dave Carson

ONGETWIJFELD DE  
BESTE SAFARIGIDSEN  
VAN AFRIKA  
**ZIMBABWE, SAFARI'S  
ZONDER KOOI**

TEKST: BRUNO VAN DEN BOSSCHE - FOTO'S: INSPIRATION AFRICA



Victoria Falls © Batoka Sky Helicopters

## HET LAND VAN DE «MOSI-OA-TUNYA»

Ten zuiden van de machtige Zambezi rivier ligt Zimbabwe, de thuisbasis van de indrukwekkende “Mosi-oa-Tunya” zoals ze lokaal worden genoemd ... letterlijk vertaald naar “The Smoke That Thunders” verwijzend naar het geluid van miljoenen liters water die zich meer dan 100 meter diep in een kloof stortten die zich over 1,6 kilometer uitstrekt. Een plek die wij kennen als de Victoria watervallen en die is opgenomen in de huidige lijst van de 7 wereldwonderen der natuur.

Hoewel de watervallen ongetwijfeld een belangrijke attractie zijn en één van de belangrijkste redenen om Zimbabwe te bezoeken, heeft het land de liefhebber van fotosafari's nog veel meer te bieden.





Hwange National Park, Camp Hwange © Jamie Thom



Mana Pools © Wilderness Safaris, Chikwenya

## DE ZAMBEZI RIVIER, BEZAAID MET UNIEKE NATIONALE PARKEN

De Zambezi rivier, die de grens tussen Zambia en Zimbabwe aangeeft, stelt niet teleur als hij de wildste van Afrika wordt genoemd. Zijn oevers zijn bezaaid met unieke nationale parken, waar telkens iets anders te beleven valt.

Stroomopwaarts van de beroemde watervallen vindt u het Zambezi National Park, dat een verscheidenheid aan safari-activiteiten biedt die direct verband houden met de rivier en zijn pure ongereptheid.

Iets verder landinwaarts ligt het Hwange National Park, dat ongeveer zo groot is als België als je de aangrenzende wildreservaten en concessies meerekent. De schoonheid van Hwange ligt in de enorme verscheidenheid aan wilde dieren; niet veel reservaten in Afrika bieden u zo'n verscheidenheid aan zoogdieren om in het wild te observeren. Hoewel dit reservaat het hele jaar door aantrekkelijk is, is het ook een paradijs voor spotters, omdat alle trekvogels hier in het groene seizoen hun thuis hebben.

Verder stroomafwaarts ligt één van Afrika's grootste kunstmatige meren: Kariba! Met een lengte van ongeveer 280 kilometer en een breedte tot 40 kilometer is dit een uitstekende wildlife bestemming met een ander perspectief, want de beste benadering is vanaf uw privé safari woonboot of jacht, slingerend langs de oevers van het Matusadona National Park.

Vorbij de Kariba dam begint de Lower Zambezi met een reeks reservaten en natuurgebieden, waaronder het Mana Pools National Park, dat op de Unesco-lijst staat. Hoewel we aanraden de nijlpaarden in de rivier met respect te behandelen en een veilige afstand te bewaren, is dit een geweldige plek voor een meerdaagse kanosafari, om het wild van dichtbij te bekijken en om te fly-camperen pal onder de melkweg op zandbanken. De regio staat bekend om zijn wandelsafari's en u kunt er olifanten van heel dichtbij bekijken.



Hwange National Park © Khulu Lodge, Game Drive



Hwange National Park © Wilderness Safaris, Little Makalolo



Zambezi © Adventure Zone, White Water Rafting

Verder weg van de Zambezi rivier ligt de Matopos. Dit unieke landschap van enorme rotsblokken en prachtige panorama's is ook de thuisbasis van een grote populatie vierkantlipneushoorns, die u te voet kunt volgen en van vrij korte afstand kunt observeren!

**“Oblivion”, “Oooh Mother”, “Overland Truck Eater”, “Washing Machine”, ...**

De namen zijn al een voorbode voor iets bijzonders! Direct stroomafwaarts de Victoria Watervallen bevinden zich in de dramatische Batonka kloven, de beste wildwaterbanen van Afrika! De bijna 20 stroomversnellingen van graad 4 en 5 staan garant voor de nodige adrenaline. Verwacht wel nat te worden!



Zambezi © Victoria Falls River Lodge



Hwange National Park, Camp Hwange © Julian Brookstein



Matopos © Amalinda Lodge



Mana Pools © Wilderness Safaris,  
Chikwenya

## DE BESTE SAFARIGIDSEN

Hoewel Zimbabwe niet de enige bestemming is die geweldige fotografische safarimogelijkheden biedt, beschikt het land over de beste safarigidsen van Afrika. De veeleisende opleiding en hoge kwalificatienormen van de veldgidsen, geërfd uit de tijd dat het land nog Rhodesië heette, is door de jaren heen bestendigd en garandeert de bezoeker nog steeds een uitzonderlijke ervaring van de echte Afrikaanse bush. Net als een masteropleiding duurt de opleiding minstens 5 jaar, waarin de leerling-gidsen niet alleen geologie, botanica, zoölogie en geografie studeren, maar ook leren om één te worden met de natuur door uren en dagen in het veld door te brengen.

Om u een idee te geven: voordat een kanogidsdiploma wordt uitgereikt, moet de kandidaat minstens 2000 uur daadwerkelijk kanoën ... met 4 tot 5 uur per dag betekent dat meer dan 400 dagen! Je zou hun opleiding kunnen vergelijken met een universitair diploma, maar misschien is hun leslokaal veel mooier!

Uiteraard zijn er overal in Afrika uitzonderlijke gidsen, maar terwijl het in andere landen een uitzondering zou zijn, kan het in Zimbabwe als regel worden beschouwd! Iemand zei ooit dat zelfs een junior gids - lees: nog niet volledig gecertificeerd - al beter geschoold is dan formeel gecertificeerde gidsen in andere Afrikaanse landen.

## **VOLLEDIG «UNCAGED» SAFARIS**

Het gevolg van deze uitzonderlijke gidsvaardigheden is dat safari's in Zimbabwe letterlijk "uncaged" zijn! Verwijzend naar dieren die gekooid worden in zoölogische tuinen, of naar bezoekers die gekooid worden in een gesloten 4x4 voertuig in het grootste deel van Oost-Afrika, kunt u in Zimbabwe verwachten dat de kooi wordt neergelaten, wat alleen mogelijk is als gevolg met de beste safari-gidsen.

## **WANDELEN, KANOËN, PAARDRIJDEN, ENZ.**

Dit betekent dat u kunt verwachten dat u door de Afrikaanse bush wandelt, waardoor u die vanuit een heel ander perspectief kunt ervaren, sporen kunt lezen, dieren kunt opsporen ... tot het maken van enkele unieke confrontaties. Olifanten, neushoorns of leeuwen van dichtbij meemaken, is niet alleen vernederend, het is iets wat u niet snel zult vergeten.

Kanoën op stukken van de Zambezi rivier is een geweldig avontuur. Bijna geruisloos glijdend over het wateroppervlak, dicht bij wilde dieren die komen drinken. Het kamp opzetten op een zandbank en slapen onder de melkweg rond een mooi kampvuur.

Voor degenen met een passie voor paarden is het ook uniek om 's ochtends vroeg op te zadelen en de Afrikaanse wildernis in te trekken. De kans is groot dat u zebra's en giraffen tegenkomt, dat u olifanten ziet of zelfs enkele grote roofdieren. Mits u een ervaren ruiter bent, is dit een activiteit die u niet mag missen.

Om de in dit artikel beschreven redenen hebben wij een passie voor Zimbabwe ontwikkeld en delen wij graag onze jarenlange ervaring met deze bestemming om u te helpen bij het uitwerken van uw volgende safarivakantie ... een echte Afrikaanse safari ... helemaal zonder kooi!



Varden Horse Safaris © Daniel Peel

meer info: [www.inspirationafrica.travel](http://www.inspirationafrica.travel)  
+32 499 334683  
[brunov@inspirationafrica.travel](mailto:brunov@inspirationafrica.travel)





# SWEET DREAMS MET MOERMAN SLAAPCOMFORT

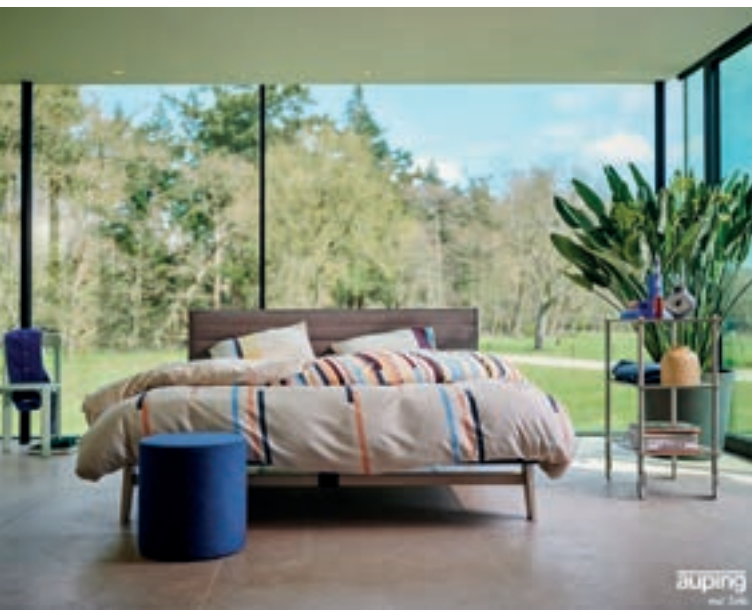
Nu de dagen korter worden, hebben veel mensen behoefte aan extra slaap. Dat is de ideale gelegenheid om te investeren in een goed bed! Zeg vaarwel tegen nachtelijk draaien en woelen. Moerman Slaapcomfort zorgt sinds 1946 voor de kwaliteitsvolle slaap van haar klanten. Met een uitgebreid aanbod aan bedden, beddengoed en relaxzetels van de meest kwaliteitsvolle merken, profileert dit Belgische bedrijf zich als een sterke speler in de interieurwereld. Zaakvoerster Catherine Moerman (46) en haar zus Benedikte (51) staan samen aan het roer van dit drie generaties tellende familiebedrijf met verkooppunten in Knokke, Gent en Brugge. De zussen gaan op zoek naar het beste bed voor elke klant met bijzonder veel aandacht voor ieders specifieke verhaal. “Wij willen écht dat onze klanten tevreden zijn”, zegt Catherine.

TEKST: MIRTE SPAEY - FOTO'S: MOERMAN SLAAPCOMFORT & AUPING

## VAN EENMANSZAAK TOT VENNOOTSCHAP

Op korte tijd ontpopte Moerman Slaapcomfort zich van een eenmanszaak tot een succesvolle vennootschap. Catherine en haar zus stapten onvoorzien in de voetsporen van hun vader en grootvader, de mannen die in Knokke elk op hun beurt de beddenwinkel Moerman Slaapcomfort uitbaatten sinds 1946. Benedikte trad als eerste toe in 1997 toen haar vader wegens gezondheidsproblemen in het ziekenhuis lag. “Mijn zus was van opleiding eigenlijk leerkracht L.O.”, vertelt Catherine. “Ze is toen gestopt met lesgeven om de winkel open te houden, maar daar heeft ze nog geen moment spijt van gehad.” Catherine besloot in 2007 haar zus te vervoegen in de familiezaak. “Dat was initieel zeker niet de bedoeling”, zegt ze. Maar haar toenmalige job als auditor voor bedrijven vereiste dat ze vaak onderweg was. “Toen ik zwanger werd van mijn eerste kindje dacht ik: misschien is het toch leuker om dichterbij huis te blijven.” Zo gezegd, zo gedaan.

Intussen heeft het bedrijf er ook twee extra verkooppunten bij. “We hebben een winkel in Brugge sinds 2017 en in Sint-Martens-Latem sinds 2020”, zegt Catherine trots. Als het aan haar ligt, stopt de bedrijfsuitbreiding daar niet. De zussen werken duidelijk niet alleen goed samen, maar delen ook een unieke band. “We vullen elkaar goed aan”, vindt Catherine. “Af en toe botsen we wel eens, maar dat is net goed. We dragen allebei het hart op de tong.”



## SLAPEN IN STIJL

Moerman Slaapcomfort verkoopt bedden en matrassen van merken zoals Treca de Paris, Simmons Auping, Beka, Lattoflex, Tempur, Recor Bedding en Nill Spring.

Matrassen van Treca de Paris zijn handgemaakt met tal van natuurlijke materialen zoals wol of paarden- en kamelenhaar.

Het merk Beka bijvoorbeeld biedt instapmodellen aan met een goede prijs-kwaliteitverhouding." Dat merk is dan ook de bestseller van het bedrijf. "Het merk heeft simpelweg iets voor iedereen omdat de prijzen zo uiteenlopend zijn.

Net als een diversiteit in prijzen, voorziet Moerman Slaapcomfort ook een diversiteit in het design van de bedden. "We richten ons niet op één stijl. Zeker in Knokke heb je zo'n allegaartje van mensen waardoor we onmogelijk kunnen kiezen voor één bepaalde soort van bedden: rustiek of design. Met zo'n divers cliënteel moet je echt alles kunnen aanbieden." Van koninklijk klassiek tot strak en modern: je vindt het hier allemaal.

## RUIMTEBESPAREND SLAPEN

In het gamma van Moerman Slaapcomfort wordt geen enkel aspect van de nachtrust achterwege gelaten. Je vindt er allerlei soorten bedden, beddenbodems, matrassen, beddengoed en hoofdkussens.

Voor hoofdkussens, beschermers en accessoires werkt het bedrijf vooral met Belgische merken zoals Lakebos, Lysdrap en Decopur. Het Nederlands merk House in Style komt ook uitgebreid aan bod.

De echte expertise van het bedrijf is echter ruimtebesparend slapen. "Zeker in Knokke is ruimtebesparend slapen onze specialiteit: plooi-bedden, zetelbedden, opklapbedden... Wij verkopen alles wat gemaakt is om comfortabel te kunnen slapen in een kleine ruimte. De ruimte in studio's en appartementen aan de zee is namelijk vaak beperkt. Daarom zien we het als een uitdaging om ook daar het niveau van de nachtrust hoog te houden. Het is niet omdat je ruimtebesparend koopt, dat je slecht moet slapen. Vroeger was dat wel een beetje een gegeven: als je in een zetelbed sloop, was je 's ochtends gebroken als je eruit kwam. Wij zien het liever anders. Je hebt nu met het Italiaanse designmerk Pol74 bijvoorbeeld zelfs de optie om een echte boxspring in je zetelbed te integreren, waardoor het zetelbed volledig hetzelfde aanvoelt als een gewoon bed." Ideaal voor zij die op zoek zijn naar een slaapplek voor een klein appartement of studentenkamer!



## SIT BACK AND RELAX

Naast bedden, verkoopt Moerman Slaapcomfort ook relaxzetels die het gevoel van een wellness moment nastreven. "Bedden en relaxzetels gaan blijkbaar wel goed samen", zegt Catherine. "Onze zetels zijn dan ook enorm populair. We hebben onlangs ons aanbod ervan opgekuist en zijn ons gaan concentreren op mooie ontwerpen, in plaats van op zo'n zware en massieve modellen." Neerploffen in zo'n relaxzetel is de perfecte manier om te ontspannen na een drukke dag. Het enige gevaar hier is dat je misschien niet meer in je bed geraakt.

## HET BELANG VAN SLAAP

Een goede nachtrust is belangrijk, dat is geen nieuwe informatie. Toch heeft één op drie Belgen last van slaapproblemen en dat kan grote gevolgen hebben. Op korte termijn heeft slecht slapen tot gevolg dat we minder energie, concentratievermogen en controle over onze emoties hebben en zijn we bovendien vergeetachtiger. Met andere woorden: de ingrediënten voor een chaotische en vermoeiende dag. Geen ramp, dat overkomt iedereen weleens. Op lange termijn is een slaapttekort wel écht schadelijk voor onze fysieke en mentale gezondheid. Zo zijn we vatbaarder voor infecties en hebben we meer kans op overgewicht en depressie. Er is ook een link tussen een chronisch slaapttekort en cardiovasculaire ziektes. Het belang van een goede nachtrust is dus echt niet te onderschatten. En een goede nachtrust, begint natuurlijk bij een goed bed.

“Elke dag komen bij ons mensen langs met slaapproblemen”, vertelt Catherine. “Mensen met rugpijn, mensen die 's nachts wakker liggen... Maar ik zeg altijd: we kunnen geen wonderen verrichten. We kunnen wél proberen de klachten te verzachten en de nachtrust te verbeteren met behulp van de juiste matras en het juiste bed. Meestal slagen we daar ook in.” Dat is echter geen rechtlijnig proces. Soms moeten klanten enkele matrassen of bedden uitproberen vooraleer ze hun perfecte match vinden. “Geen enkel bed biedt de ideale oplossing voor hetzelfde probleem bij iedereen”, zegt Catherine. Moerman Slaapcomfort zet daarom hard in op service na verkoop. Auping en Treca de Paris werken bijvoorbeeld met een 90 dagen omruilgarantie waarbij de klant de hardheid van de matras nog kan omwisselen na aankoop.” Om toch de kans op een succesvolle eerste aankoop te vergroten, maakt Catherine er een missie van om vanaf het begin te polsen naar de slaapgeschiedenis van de klant. “Een klein onderzoek dat je uitvoert bij je klant. Als iemand de winkel binnenkomt, raden wij hem of haar nooit zomaar meteen een bed aan. Wij luisteren eerst heel goed naar de mensen en vragen door: slapen ze graag hard, zacht? Hebben ze rugklachten? Hebben ze allergieën?” Zo hebben ze bij Moerman Slaapcomfort ook een selectie van matrassen en beddengoed voor mensen met huisstofmijtallergie, want iedereen verdient een goede nachtrust.

## EXTRA SERVICE

Klant is koning bij Moerman Slaapcomfort. Het bedrijf doet er alles aan om de aankoop van een bed zo vlot mogelijk te laten verlopen voor de klant. Volgens Catherine onderscheidt hun bedrijf zich dan ook van anderen in de klantvriendelijke aanpak. Die begint vanaf de seconde dat iemand de winkel binnenstapt. “Als mensen binnenkomen bij ons is de sfeer heel gemoedelijk.” Ook na de aankoop van een bed, voorziet Moerman Slaapcomfort extra service. “Wij leveren onze stukken gratis in heel België zonder bijkomende kosten”, zegt Catherine. “In Knokke zijn mensen namelijk vaak op vakantie, dus dan hebben ze tijd om te shoppen en eens wat bedden uit te testen. Als ze dan een bed of matras gekozen hebben, leveren we die nadien op hun thuisadres in het binnenland. We nemen bovendien gratis oude bedden en matrassen mee. We willen écht dat de mensen tevreden zijn.”

## SLIMME DEALS

De jaarlijkse outlet-actie van Moerman Slaapcomfort is the place to be voor mensen die een koopje willen doen. De toonzaal- en eindereeksmodellen zijn dan beschikbaar aan een sterk verlaagde prijs. Hou de website van het bedrijf dus goed in de gaten, want daar kondigen de Moermans de nieuwe outlet verkoop steeds op voorhand aan. Ook al weet ze de exacte datum van de volgende jaarlijkse outlet nog niet, kan Catherine kan wel al verklappen dat die actie dit jaar wellicht in november zal plaatsvinden. Het is een unieke kans om een kwaliteitsvol bed voor een spotprijs op de kop te tikken!

## DUURZAAMHEID

Steeds meer mensen houden de planeet in het achterhoofd als ze shoppen. Bij Moerman Slaapcomfort komen duurzame shoppers alvast aan hun trekken.

Want je vindt er Auping-producten die qua duurzaamheid onovertroffen zijn.

“Auping bracht de eerste volledig circulaire matras ter wereld op de markt”, vertelt Catherine.

“Ze kreeg de toepasselijke naam Auping Evolve omdat de materialen telkens gerecycleerd kunnen worden tot een nieuwe, even hoogwaardige Auping-matras.”

Auping werd al meermaals erkend voor zijn uitzonderlijke sociale en ecologische inspanningen. Zo draagt het merk sinds maart 2020 het B Corp-label. Ook Simmons zet zich in op het vlak van duurzaamheid. Het merk werkt bijvoorbeeld met gerecycleerd katoen, linnen en petflessen die uit de oceaan komen. “Je ziet dat die evolutie op gang komt, al is het niet evident om een luxematras te creëren met gerecycleerd materiaal”, merkt Catherine op. “Maar het is wel de toekomst. De rest van de merken in onze winkels zijn ook aan het werken aan een overschakeling naar duurzame matrassen. Bij onze klanten zelf zien we daar nog geen enorme interesse in, al begint het bewustzijn omtrent duurzaamheid wel langzaam toe te nemen.”

## TEST HET UIT

Je kan Moerman Slaapcomfort matrassen en bedden uittesten in één van de drie winkels in Knokke, Brugge of Gent. Voor de liefhebbers van Treca de Paris is vooral de winkel in Knokke en Gent een hotspot. Het unieke Auping store concept – een professioneel uitgeruste slaapwinkel met advies van slaapexperten- vindt u op de 3 locaties. Op elke locatie wordt u met open armen ontvangen.



Ga voor meer informatie naar  
[www.slaapcomfortmoerman.be](http://www.slaapcomfortmoerman.be)

# Beosound Theatre

A SOUNDBAR WITH VISION



# BANG & OLUFSEN

# BANG & OLUFSEN



## Beosound Theatre

A SOUNDBAR WITH VISION

### **Bang & Olufsen Audiomix**

Liersesteenweg 321  
3130 Begijnendijk

[tomgoris@audiomix.be](mailto:tomgoris@audiomix.be)

016/56.10.62

### **Bang & Olufsen Brasschaat**

Bredabaan 1073  
2930 Brasschaat

[kris@teletechnics.be](mailto:kris@teletechnics.be)

03/295.89.09

### **Bang & Olufsen Gent**

Kortrijksesteenweg 271  
9830 Sint-Martens-Latem

[info@vandelooock.be](mailto:info@vandelooock.be)

09/265.73.73

### **Bang & Olufsen Knokke**

Natiënlaan 226  
8300 Knokke (nieuw adres)

[info@vandelooock.be](mailto:info@vandelooock.be)

050/51.73.73

### **Bang & Olufsen Spelier**

Leuvensesteenweg 579  
3070 Kortenberg

[birgit.spelier@spelier.be](mailto:birgit.spelier@spelier.be)

02/756.58.60

### **Bang & Olufsen Waasland**

Krijgsbaan 209  
9140 Temse

[paul@heymanreference.be](mailto:paul@heymanreference.be)

03/771.11.86

**BANG & OLUFSEN**



## Abitare, uw totaalproject

Puntstraat 2 | 2440 Geel  
Bredabaan 737 | 2930 Brasschaat  
Brugstraat 34 | 2820 Bonheiden  
[abitare.be](http://abitare.be)

**ABITARE**  
MOOI WONEN